

من أنـا؟

- محمد بن عبدالله الفريح
- بكالوريوس في المكتبات والمعلومات 1989م
- مدير إدارة النشر والترجمة
  شركة العبيكان للتعليم منذ 2009 م
- خبرة في مجال الكتب والنشر منذ عام 1990 م.
- مدير تحرير مجلة فكر الإلكترونية
- مؤلف خمسة كتب
- أربعة كتب قيد النشر
- 16 مقالًا وبحثًا علميًّا





كيف تسوق كتابك عالميًا؟

- التفكير التقليدي للتسويق
- المعوقات
- التجارب الدولية
- الأدوات
- أفضل الممارسات
- الطباعة الرقمية
- الطباعة بحسب الطلب
- بيع الحقوق
- التسويق الإلكتروني
- الطباعة المتزامنة
- تسويق المؤلفين



لا شك أن الحديث عن الكتاب حديث مهم، كيف لا، والكتاب وعاء الثقافة الرصينة والفكر المستقر، وهو خزانة المعارف الإنسانية، ومستودع التجارب البشرية المتراكمة، يحفظها السلف للخلف؛ كي ينطلق الخلف منها ويبني عليها. إن صناعة الكتاب وتسويقه في الدول المتقدمة تحقق دخلًا كبيرًا يفوق في بعض الأحيان دخل كثير من الصناعات الأخرى، بينما نجدها مازالت في بعض الدول النامية تحتل موقعًا هامشيًّا على الخريطة الاقتصادية، وذلك نتيجة لبعض الظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية السائدة في هذه الدول، التي منها كثير من الدول العربية.



عشرة من أشهر المقولات التي قيلت في التسويق.

لا تبحث عن زبائن لمنتجاتك. ابحث عن منتجات لزبائنك. سيث جودين

يجب أن تعطي زبائنك ما يحتاجونه فعلا، لا ما تظن أنهم يحتاجونه. جون إيلان

المحتوى هو الملك. بيل جيتس

يمكنك أن تتعلم التسويق في يوم، لكنك ستقضي حياتك كلها كي تتقنه. فيليب كوتلر

جوجل يحب العلامات التجارية الشهيرة. اصنع لنفسك واحدة. ديف نايلور

هدف التسويق هو جعل الزبائن يعرفونك ويحبونك ويثقون بك.

لا يهتم الزبائن بتفاصيل آلام المخاض، ما يهمهم هو رؤية المولود. تيم ويليامز

أنت تريد اختراع أفكار جديدة، وليس قواعد جديدة. دان هيث

إما أن تكتب شيئا يستحق القراءة، أو تفعل شيئا يستحق الكتابة عنه. بنجامين فرانكلين





المعوقات الخاصة بتوزيع الكتب

- اختيار الموزع المناسب
- ارتفاع سعر الكتاب
- توفير المعلومات المتعلقة بالكتاب
- قرصنة الكتب
- سوء العلاقات بين الناشرين والموزعين
- الخصائص الفنية للكتاب
- سوء المواصفات الفنية والمهنية للكتاب
- عدم رعاية الناشر للكتاب والمؤلف





معايير بيع الكتب في العالم

- كتب المناهج
- المقررات الدراسية في الجامعات والكليات والمعاهد
- 55 مليون طالب فى المنطقة العربية
- أفضل كتاب يباع عربيًاهو (القرآن الكريم)
- أفضل كتاب عربي صار له شهرة هو لا تحزن (أكثر من 10 ملايين نسخة بأكثر من ثلاثين لغة عالمية)
- الشهرة
- كتاب هاري بوتر باع 450 مليون نسخة
- نقيم الوضع الحقيقي لسوق الكتاب في العالم العربي، حتي نحل المشكلة





التجارب الدولية الخاصة بتوزيع الكتب

- المنح الكامل للتوزيع
- إعادة التوزيع
- تحديد دورة تجارية للكتاب
- المساهمة في التسويق مع الموزع
- الطبعات الشعبية الرخيصة
- إعادة التدوير
- تحديد نسبة الربح التناقصية
- استبدال الطبعات عند التجديد





التجارب الدولية الخاصة بتوزيع الكتب 1

- منح الموزع حق الطباعة
- منح خصم إضافي للموزع
- تحمل تكاليف الشحن
- المساهمة في تكاليف المؤتمرات والفعاليات
- إلزام المؤلف بالعقد بعدد معين من الفعاليات
- مراعاة تكاليف المعيشة في مختلف الأسواق
- عروض ذات جاذبية عالية
- مراعاة طلبات الموزع بالمواصفات





كيف نعّرف بالكتاب؟

DNAالبصمة الوراثية

ISPN

هذا الرقم الغاية منه إعطاء هوية للكتاب

أن تعرف هذا الرقم على محركات البحث في العالم

من خلال هذا التسجيل تستطيع الشركات التجارية أن تأخذ هذه المعلومة، وتضعها في موقعها (الإلكتروني أو المكتبة) حتي تستطيع أن تؤمن هذه المادة لزبائنها

شركات ودور النشر أو المكتبات أو الجامعات في العالم لا يتداولون الكتاب إلا من خلال هذه الطريقة

عند تسجيل الكتاب تستطيع أن تبحث عنه من خلال الرقم

ISBN

أو اسم الكتاب

أو المؤلف





الطباعة المتزامنة

طباعة الكتب فى دول عدة، وأماكن عدة فى وقت واحد

STANDARD TIME ZONES OF THE WORLD

Scale 1:85,000,000 at 0°
Miller Cylindrical Projection

Coordinated Universal Time (UTC)
formerly
Greenwich Mean Time (GMT)



مزايا الطباعة المتزامنة

- توفير الوقت
- التخلص من أجور الشحن
- التخلص من الرسوم الجمركية
- منع القرصنة
- الطباعة بحسب ظروف البلد
- سرعة الانتشار
- التحكم في سعر الكتاب
- التغير وفقًا لمعطيات السوق



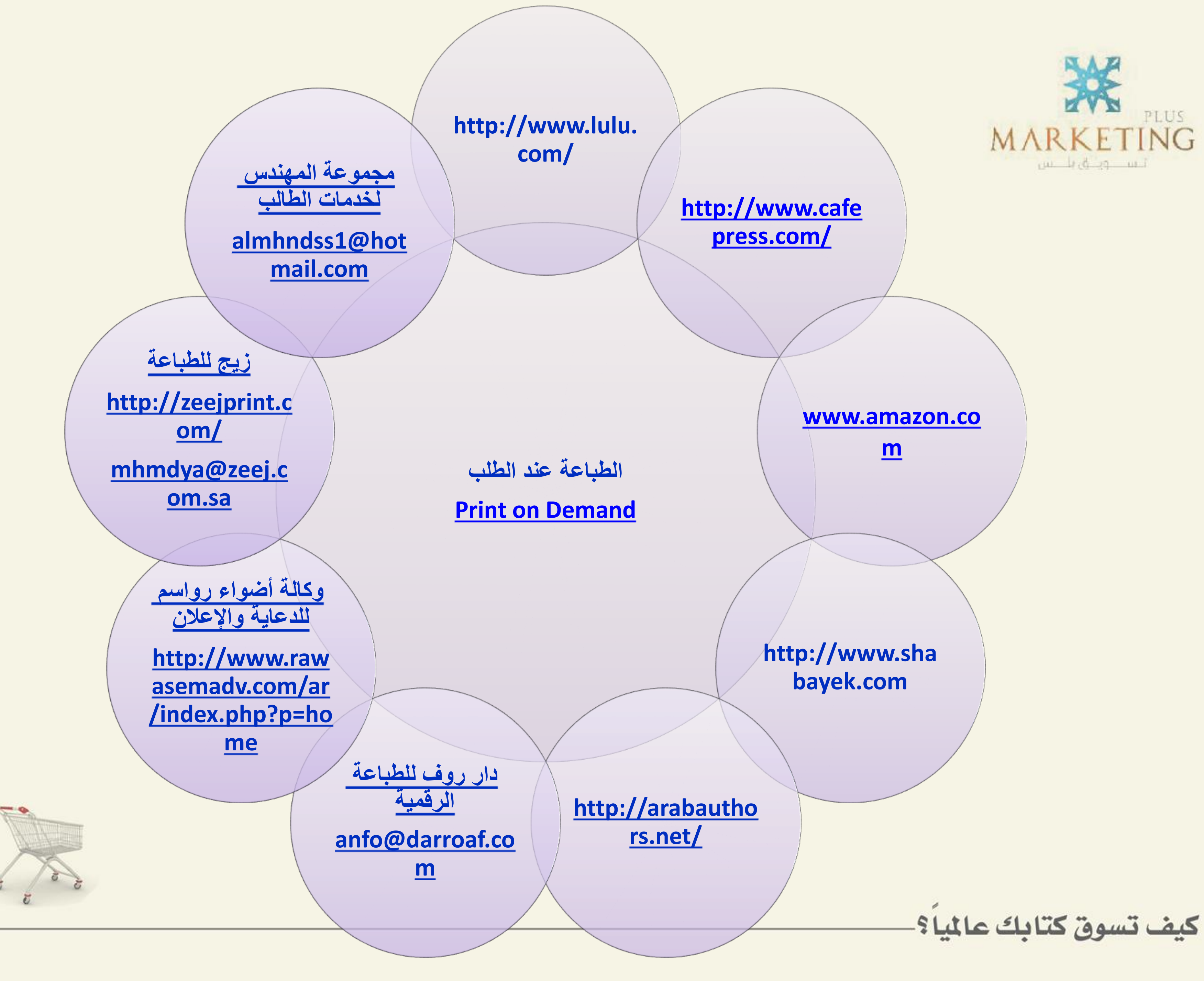


أبرز دور النشر العاملة فى مجال الطباعة المتزامنة

www.Ironhubbard.org

http://www.penguin.com/

www.asirights.com/home.html



الطباعة عند الطلب
Print on Demand
http://www.lulu.com/
http://www.cafepress.com/
www.amazon.com
http://www.shabayek.com
http://arabauthors.net/
دار روف للطباعة الرقمية
anfo@darroaf.com
وكالة أضواء رواسم للدعاية والإعلان
http://www.rawasemadv.com/ar/index.php?p=home
زيج للطباعة
http://zeejprint.com/
mhmdya@zeej.com.sa
مجموعة المهندس لخدمات الطالب
almhndss1@hotmail.com
PLUS
MARKETING
تسويق بلس



أهم المعايير وأفضل الممارسات في تسويق الكتب





العنوان التسويقي

اختيار عنوان يجب أن يخضع لمعايير التسويق العالي الكفاءة بالدرجة الأولى

ومن أبرز ملامح هذه الطريقة الابتعاد عن النمطية باختيار العناوين بشكل جذري

التعبير

الرمزية

الغموض

لفت الانتباه

عدم المباشرة



<u>مثال:</u> كتاب ابدأ بالأهم ولوكان صعبًا - التهم هذا الضفدع.

http://www.ghrib.net/vb/showthread.php





العنوان الشارح التسويقي

من الضروري أن يكون هناك عنوان شارح تسويقي مشوق يضطر معه القارئ إلى سبر أغوار هذ الكتاب

قليل العبارات

دقيق التوصيف

ليكون أكثرٍ جذبًا وتشويقًا

ولكي تتأكد من دقة وصف العنوان الشارح يمكن عرضه علىٍ بعض أصدقائك مستقلًا عن العنوان وطلب رأيهم فيه

فإن استطاعوا معرفة موضوع الكتاب من خلاله تكون قد حققت الهدف مباشرة من هذا الاختيار





مثال: حبة القيادة : المكون المفقود فى تحفيز الموظفين هذه الأيام

WWW.nooonbooks.com/applied-science-technology

حبة القيادة

تعلم القيادة المؤثرة وصفتها

المكوّن المفقود
في تحفيز الموظفين هذه الأيام

كين بلانشر
مارك ميوتشينيك

نقلته إلى العربية
هبة الصليبي

العبيكان Obeikan

تَرجِم
مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم





الغلاف التسويقي

موضوع تصميم غلاف الكتاب مربط الفرس في العملية التسويقية للكتب

تصميم الغلاف يشكل ما نسبته 62% من أسباب تسويق الكتاب

شركة McGraw Hill للنشر تعمل 36 تصميمًا لغلاف الكتاب الواحد يقوم بها 12 مصممًا بواقع 3 أغلفة لكل مصمم

ومن ثم يتم الفرز بينها لاختيار الأنسب تسويقيًا

وفي حال الاختلاف مع المؤلف يُحال موضوع الاختيار للاستفتاء مع القارئ

الابتعاد عن الانطباع الشخصي والذوق الفردي

يخضع الأمر للقناعة الشخصية البحتة أكثر من المنهج العلمي، وذلك ما يفقد الكتاب الكثير من فرص البيع





مثال: من القلب إلى القلب فن خدمة الآخرين

http://www.nooonbooks.com

من القلب إلى القلب

فنُّ خدمة الآخرين

تجربة شخصية في أساليب خدمة المكروبين
وقيمتها الإنسانية

غاري مورش
دين نِلْسن

نقله إلى العربية
سعيد محمد الأسعد

بإمكانك أن تبدأ حيثما كنتَ

العبيكان
Obeikan





النبذة التسويقية

تُعدّ النبذة الخاصة بالكتاب أمرًا مهمًا للغاية في التعريف بالكتاب والتسويق له

خلال ما يقارب 150 إلى 250 كلمة تكون شاملة ووافية عن الكتاب

كتابة هذه النبذة يجب أن تكون على يد محترف بالكتابة التسويقية للكتب

يجب أن يكون مطلعًا ومدركًا لمحتوى الكتاب

أن يضمن النبذة ما يغري القارئ، ويجذبه لاقتناء الكتاب وقراءته

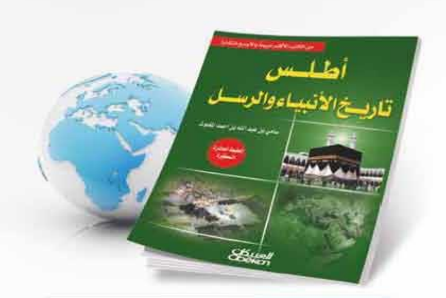
أمر لا مفر منه اليوم لزيادة التعريف بالكتاب ونشره وبثه عبر مواقع التسويق المختلفة

توفر على القارئ الوقت والجهد لقراءة ملخص عن الكتب يغنيه عن تقليبه وأخذ وقت لأخذ قرار الشراء من عدمه

جميع دور النشر العالمية لديها نبذ تعريفية مكتوبة على أيدي محترفين في التسويق التعريفي، وبدأت بعض دور النشر العربية التي تعمل بمعايير عالمية بأخذ هذا النهج في التسويق









العنوان	أطلس تاريخ الأنبياء والرسل
المؤلف	سامي بن عبد الله المغلوث
تاريخ الإصدار	٢٠٠٩م
رقم الطبعة	العاشرة
نوع التجليد	كرتوني
عدد الصفحات	٣٢٠
التخصص	قصص الأنبياء - أطالس
ردمك	٩٧٨-٩٩٦٠-٥٤-٧١٢-١
ديوي	٢٢٩,٥٠٢٢
رقم الإيداع	١٤٣٠/٢٥٥٣
رقم الصنف	٦٠٠٠٣٠١

Title	Atlas of the History of Prophets and Messengers
Author	Sami A. Al-Maghlouth
Publishing date	2009 G
Edition	Tenth
Binding	hard cover
Number of pages	320
Subject	Stories of the Prophets – Atlases
ISBN	978-9960-54-712-1
DDC	229,5022
KFNL Code	1430/2553
Obeikan ID	6000301

About This Book | نبذة عن الكتاب

من ضمن مجموعة الأطالس المتخصصة التي وضعها سامي المغلوث، أطلس الأنبياء والرسل الذي يعنى برسم خرائط دقيقة توضح أماكن انبعاث الرسالات وحياة الرسل. يتحدث المؤلف في مقدمته عن علم الخرائط وبداياتها، وانبهار الإنسان بالكون وتولد الحس الجغرافي لديه، والذي تمخض عنه تمثيل هذه الظواهر الجغرافية باستخدام وسائل بدائية كالنحت في الصخور أو الرسم على جدران الكهوف، أو رسم بعض المعالم الخاصة بالطرق والاتجاهات والمسافات، وصولاً إلى الرواد العرب الذين حولوه إلى علم حقيقي كالإدريسي وابن ماجد النجدي والصفاقسي وياقوت الحموي وغيرهم.
ويتفرد الأطلس عن معظم الأطالس التاريخية التي تناولت التاريخ القديم والحضارات السابقة باهتمامه بدور الأنبياء والرسل في الدعوة إلى الله. ويتناول المفهوم الإسلامي عن الكون والإنسان والتعريف بالأنبياء والرسل الذين ذكروا في القرآن الكريم بلغة مقنعة معاصرة، وذلك من خلال استخدام الوسائل الضرورية للمتعلم من خرائط وصور ورسومات وجداول وشروح، وكان بذلك أول (أطلس تاريخي) يضع بين يدي القارئ حقائق التاريخ القديم ودور الأنبياء والرسل في صنع أحداثه.

Among the atlases collated by Dr. Al-Maghlouth is the Atlas of Prophets and Messengers which places accurate maps that clarify the location of revelation of each message and the life of each prophet. In the introduction, the author gives a briefing on the mapping science and its emergence. He also describes man's dazzle with the universe and the beginning of the geographical understanding which led to simulating the geographical phenomena by primitive means such as carving rock; drawing on cave walls; or drawing some landmarks especially for roads, directions and distances. Then comes the role of the Arab pioneers in this science. such as Al-Idrisi, Ibn Majid Al-Najdi, Sufaqisi, Yaqout Al-Hamwi, etc.
The Atlas differs from most of the other atlases that tackled the old history and the previous civilizations in that it concentrates on the roles of prophets and messengers in their call for the religion of Allah. It exploits the Islamic perception on the universe and mankind, and introduces prophets and messengers whose names are mentioned in the Holy Quran in modern educational techniques. He uses the means that are needed for learners, including maps, pictures, drawings, tables, captions, etc. As such, it has been the first historical atlas that provides the reader with clarifications of the old historical facts and the roles of prophets and messengers in manipulating its events.







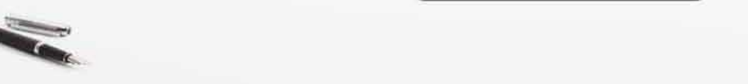
العنوان	أطلس الأديان
المؤلف	سامي بن عبدالله المغلوث
تاريخ الإصدار	٢٠٠٩م
رقم الطبعة	الثانية
نوع التجليد	كرتوني
عدد الصفحات	٦٨٤
التخصص	الديانات - أطلس
ردمك	٩٧٨-٩٩٦٠-٥٤-٧١٣-٨
ديوي	٢٩٠٢٣
رقم الإيداع	١٤٣٠/٢٥٥٤
رقم الصنف	٦٠٠١٣٨٥

Title	The Atlas of Religions
Author	Sami A. Al-Maghlouth
Publishing date	2009 G
Edition	Second
Binding	hard cover
Number of pages	684
Subject	Religions - Atlas
ISBN	978-9960-54-713-8
DDC	29023
KFNL Code	1430/2554
Obeikan ID	6001385

About This Book | نبذة عن الكتاب

يشكل أطلس الأديان بإخراجه المبتكر وطريقة تبويبه المتميزة إضافة هامة للمكتبة العربية ومختلفة بشكل نوعي عما هو متاح على أرفف المكتبات فهو يجمع بين الموسوعة والأطلس التاريخي حيث يقدم المعلومة مدعمة بالصور والجداول والخرائط على امتداد ٧٢١ صفحة تبحث في الأديان، عقائدها، وطقوسها، وأماكن نشوئها وطرق انتشارها.
يقدم الكتاب بشكل موضوعي وبدون ذكر رأي المؤلف معلومات وافية عن الأديان السماوية من مثل الحنيفية واليهودية والنصرانية والإسلام، وعن الأديان الأخرى كالمجوسية والهندوسية والبوذية والطاوية وغيرها ويعرض تفاصيل طرق العبادة في كل منها، من خلال جولات ميدانية قام بها المؤلف ومقابلات أجراها مع رجال دين ومتعبدين من مختلف الأديان والملل.
وقد ارتكز هذا الأطلس على الخريطة الجغرافية ببعديها المكاني والتاريخي إضافة إلى الصورة الفوتوغرافية التي ترسخ المعلومة وتثريها، وتطلب الكتاب سنوات من العمل من أجل إخراجه بالشكل الذي بين أيدينا.
ويختتم الأطلس الأديان بفصل واسع عن الإسلام، أفرد له المؤلف مساحة تليق بمبادئه وتتناسب مع تاريخه وتنسجم مع قيمه الإنسانية الرفيعة.

With its innovated design and unique classification system, the Atlas of Religions adds value to the Arab library. It is totally different from other references on the library shelves and it combines between an encyclopedia and the historic atlas. It provides information supported by pictures, tables and maps. With 721 pages, it offers information on the religions and their beliefs, rituals, emergence places and how they spread.
The atlas provides information in an objective approach without the author's opinion about the divine religions, i.e. Hanifi, Jewish, Christianity, and Islam as well as the positive religions such as Magian, Hindus, Buddhism, Tawi, etc. The author also explains the rites of worship within each religion, which he collected through field visits and interviews with religious men from the various religions.
The Atlas is based on the geographical map in terms of locality and history, in addition to photographs that enhance and enriche the information. Years of hard work were spent to produce this book in its present shape.
The Atlas ends with an articulated chapter about Islam with a large area that coincides with its principles and history and harmonizes with its high human values.





المقدمة التسويقية

أحد أبرز معايير الحكم على الكتاب

وأحد مبررات اقتنائه من عدمها

تكتب في الغالب من قبل المؤلف إلا أنها تحتاج إلى عناية خاصة ومراجعة فاحصة قبل اعتمادها

ويفضل عرضها على أصحاب اختصاص في كتابة المقدمات وفي التخصص نفسه

وتعتمد معظم محركات بحث الكتب على النبذة التسويقية والمقدمة في الترويج للكتب

أمازون، وقوقل، وأثونومي، وقود ريدز





<u>مثال:</u> كتاب: حياة الحيوان الكبرى

الرابط

www.islamicbook.ws/adab/hiat-alhiwan-alkbra-001.html

الحمد لله الذي شرّف نوع الإنسان، بالأصغرين: القلب واللسان، وفضّله على سائر الحيوان بنعمتي المنطق والبيان، ورجّحه بالعقل الذي وزن به قضايا القياس في أحسن ميزان، فأقام على وحدانيته البرهان. أحمده حمدًا يمدنا بمواد الإحسان، وأشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له، الذي لا يحرك كنه ذاته بالحدود والرسوم ذوو الأذهان، وأشهد أن سيدنا محمدًص عبده ورسوله المخصوص بالآيات البينات كل البيان، صلى الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه، صلاة وسلامًا يحومان ما دام الملوان، ويبقيان في كل زمان وأوان.
وبعد، فهذا كتاب لم يسألني أحد تصنيفه، ولا كلفت القريحة تأليفه، وإنما دعاني إلى ذلك أنه وقع في بعض الدروس، التي لا مخبأ فيها لعطر بعد عروس، ذكر مالك الحزين والذيخ المنحوس، فحصل في ذلك ما يشبه حرب البسوس، ومزج الصحيح بالسقيم، ولم يفرق بين نسر وظليم، وتحككت العقرب بالأفعى، واستنت الفصال حتى القرعى، وصيروا الأروى مع النعام ترعى، وقضوا باجتماع الحوت والضب قطعًا، واتخذ كل أخلاق الضبع طبعًا، ولبس جلد النمر أهل الإمامة، وتقلدها الجميع طوق الحمامة.
والقوم إخوان وشتى في الشيم ... وقيل في شأنهم: اشتدي زيم
وظن الكبير أنه أصدق من القطا، وأن الصغير كالفاختة غلطا، وصار الشيخ الأفيق، كذات التحيين والمعبد ذو التحقيق كالراجع بخفي حنين، والمقيد كالأشقر تحيراً، والطالب كالحباري تحسرا والمستمع يقول: كل الصيد في جوف الفرا والنقيب كصافر يكرر أطرق كراً، فقلت عند ذلك في بيته يؤتى الحكم، وبإعطاء القوس باريها تتبين الحكم، وفي الرهان سابق الخيل يرى، " وعند الصباح يحمد القوم السرى " واستخرت الله تعالى وهو الكريم المنان، في وضع كتاب في هذا الشان وسميته حياة الحيوان، جعله الله موجبًا للفوز في دار الجنان، ونفع به على مر الأزمان، إنه الرحيم الرحمن، ورتبته على حروف المعجم، ليسهل به من الأسماء ما استعجم.





الألوان التسويقية

يُعدّ هذا المعيار أحد الفنون التي بدأت تنتهجها بعض دور النشر العالمية التي تطبق معايير متقدمة في التسويق

ذلك أن تناسق ألوان الكتاب أو السلسلة

الصور بداخل الكتاب إن وجدت

خلفية الكتاب كذلك

الخطوط الداخلية للكتاب تشكل منعطفًا مهمًا بالغ الأهمية في التسويق والترويج للكتب

دار النشر giftbooks المتخصصة في كتب الهدايا في بريطانيا باعتماد ألوان وخطوط محددة لكل إصدارات الدار من الكتب

اعتماد معايير قياسية للألوان والخطوط وفق معايير مختلفة بحسب تخصص الكتب ومقاساتها والنطاق الجغرافي للتوزيع





مثال: كتاب **Birthday Boy!**.

الرابط: http://shop.helenexleygiftbooks.com/giftbooks/series





المقاس التسويقي

يُعدّ المقاس من الأمور التي يجب أن تؤخذ في الحسبان عند تنفيذ تصميم الكتاب

فكتب تطوير الذات مثلاً: لها مقاس معتمد عالميًّا وتجاوزه إلى غيره قد يضر بالكتاب من الناحيتين التسويقية وطريقة عرضه على الرف في المتاجر

كذلك كتب الروايات يجب أن تخضع لمقياس محدد يضمن عرضه وتسويقه بشكل إيجابي

والأمر ينطبق على الأطالس وكتب الديكور والطبخ

الابتعاد عن القناعة الشخصية والذوق الخاص

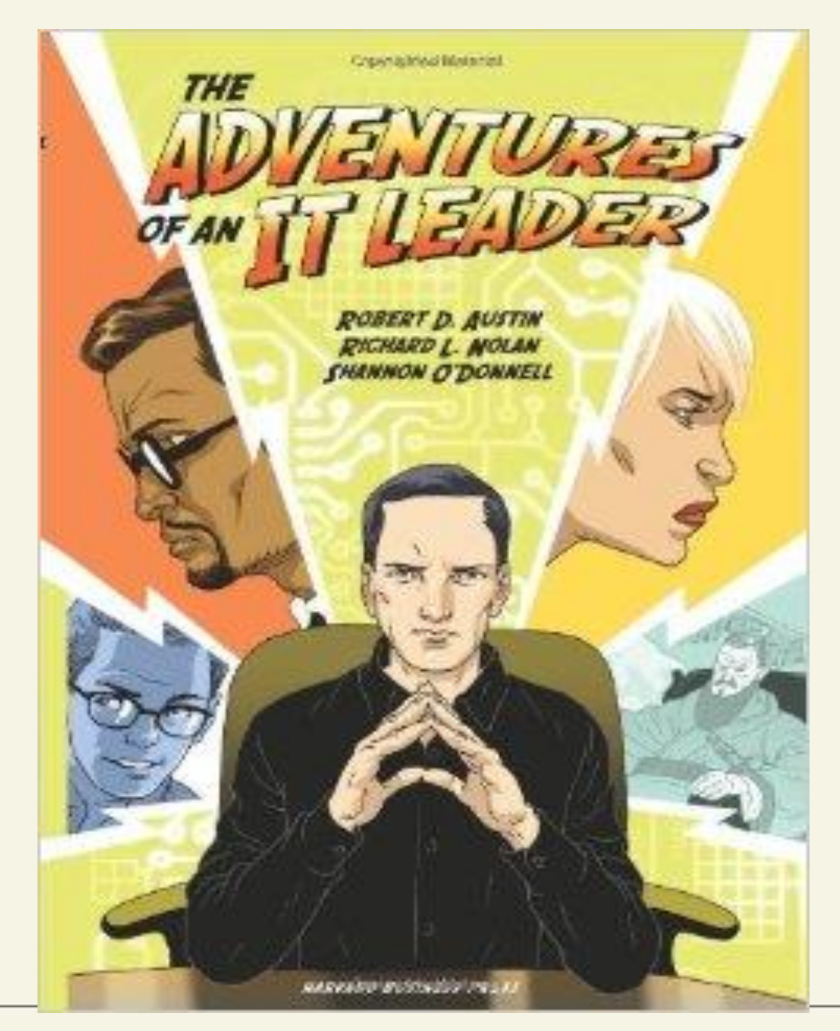
هذان الأمران من أكثر الأمور إزهاقاً لروح الكتاب والحد من ترويجه ونفاذه إلى الأسواق





مثال: **Adventures of an IT Leader**.

الرابط: http://hbsp.harvard.edu/list/book-chapters







المحاضرات التسويقية عن الكتب

الكتاب الذي يحظى بحضور إعلامي وبأي شكل من خلال مؤلفه أو غيره، وسواء كان بشكل مباشر أو غير مباشر يسهم بشكل كبير في تسويق الكتاب والترويج له والتعريف به لدى شريحة واسعة من القراء والمهتمين

ويسهم بشكل فاعل في زيادة مبيعات الكتاب على المدى المتوسط والمدى والبعيد

عبر شبكات التواصل الاجتماعي

كتاب سر المعبد

http://www.youtube.com/watch?v=RnQnWvIfOSM





حفلات توقيع الكتب

هي احتفالية تقوم بها دار نشر الكتاب فسه ؛ أو مكتبة للتحدث عن الكتاب والتوقيع عليه للقراء

وتُعدّ هذه الطريقة من الأساليب التسويقية والتعريفية الحديثة للكتاب

حيث يرى كثير من القراء أن توقيع المؤلف على الكتاب يزيد من قيمته المعنوية

وإن كثيرًا من القراء يحرصون على حضور هذه الحفلات وشراء نسخة من الكتاب والاحتفاظ بها مع توقيع المؤلف عليها

وذلك يُعدّ إحدى الوسائل الجيدة للتعريف بالكتاب والترويج له

وغالبًا ما يكون هذا للإصدارات الجديدة من الكتب أو الطبعة ذات القيمة المضافة عن الطبعات السابقة





التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي

وهو يعني استخدام تقنيات التسويق التي توفرها الشبكات الاجتماعية المختلفة لزيادة الوعي والمعرفة بالكتب

وتُعد قنوات الإعلام الاجتماعية واحدةً من الوسائل الأكثر نموًا في هذا العقد

عدد الزوار إلى مواقع وسائل الإعلام الاجتماعية سيتجاوز قريبًا عدد الأشخاص الذين يستخدمون محركات البحث

مواقع الشبكات الاجتماعية مثل فيس بوك، يوتيوب، لينكدإن، وتويتر، إذا ما استخدمت بشكل صحيح، تسمح لدور النشر والمؤلفين والكتاب لإشهار أنفسهم وكتبهم وكسب الشعبية على شبكة الإنترنت عن طريق استخدام أنواع مختلفة من تقنيات الويب 2.0 المتاحة

مثل المدونات والفيديو، ومواقع مشاركة الصور ومواقع مشاركة الروابط الاجتماعية

اتخذ التسويق الاجتماعي النسخة الإلكترونية للتسويق عبر "كلمة الفم" (إن صح التعبير) أو ما يُعرف بـ word of mouth advertising بالإنجليزية. ولذلك، فإن استخدام مثل هذه التقنيات بالطريقة الصحيحة يؤدي إلى المزيد من الزبائن

59 ٪ من مستخدمي الإنترنت يقومون بعمليات الشراء على أساس التوصيات التي وردت من خلال مواقع وسائل الإعلام الاجتماعية

فإن استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية للتسويق أمر يحدث الآن بالفعل. الناس يتحدثون عنك، وعن كتبك، وعن خدماتك، وعن الشركة الخاصة بك، على مواقع وسائل الإعلام الاجتماعية مثل الفيس بوك

دعنا نقول: إن هناك معرضًا سيحضره 300 مليون شخص، وأنا أقمت لك كشكًا مجانًا هل ستأتي؟ أعتقد ذلك. الفيس بوك على سبيل المثال يحتوي على أكثر من 700 مليون مشترك، وما زال ينمو بمعدل 600،000 مستخدم جديد يوميًا. هل يمكن لك أن تستغني عنه؟

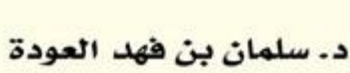


مثال: كتاب أسئلة الثورة.

الرابط:

http://www.goodreads.com/book/show/13516777









التسويق عبر مواقع البيع الإلكتروني بشكل ورقي

تُعدّ هذه الطريقة من أحدث الطرق نسبيًّا في المنطقة العربية

متجرا أمازون وبارنز آند نوبل، ومايعادلهما بالنسخة العربية نيل وفرات وجملون، خير مثال على ذلك

إلا أنه في السنتين الأخيرتين ظهرت بعض المواقع العربية التي تستحق الإشادة، منها ما هو متخصص بالكتب حصرًا، ومنها ما هو عام لجميع المنتجات بما فيها الكتب

ووجود الكتاب ضمن هذه الأسواق والتعريف به يتيح له قدرًا من الانتشار والتسويق والتعريف غير التقليدية

ويوسع من عملية تداول المعلومات والتوصيات الخاصة بالكتاب



<u>مثال:</u> 1000 سؤال وجواب في علم الأعشاب.

الروابط: http://www.e-mall.com.sa/arabic/buyer/pages/productdetails.aspx

http://jamalon.com/ar/catalogsearch/result/?q=1000

http://saudi.souq.com/sa-ar

http://www.neelwafurat.com/

http://warqat.com/

أ.د. جابر بن سالم القحطاني

1000

سؤال وجواب

في علم الأعشاب

العبيكان
obeikan



التسويق من خلال إتاحة النسخة الإلكترونية

يحتاج القارئ أحيانًا إلى أن يقوم بتلمس الكتاب وتصفحه وتقليبه قبل اتخاذ قرار الشراء، وهذا ما لم ولن يحصل من خلال النسخة الافتراضية أو الورقية عبر الإنترنت

إتاحة ما يقارب من 25 إلى 35% من الكتاب مجانًا عبر كل منافذ التسويق والمواقع الإلكترونية

ما سيساعد على جذب القارئ وزيادة ثقته بالكتاب وسرعة أخذ قرار الشراء

وهذا النهج تتبعه معظم إن لم يكن كل دور النشر والمؤلفين المتابعين لحركة العلاقة بين الكتاب والقارئ وتطورها

بعض المؤلفين قام بإتاحة كتابه بالكامل مجاناً، وفي نهاية الكتاب كتبت العبارة الآتية:

إذا أعجبك الكتاب وأحسست أنه أضاف لك شيئًا، فيمكن المساهمة بدعمه من خلال شراء نسخة ورقية منه

وهناك تجربة شخصية قمت بعملها قبل 3 سنوات، حيث تمت إتاحة كتاب « فن إدارة المواقف

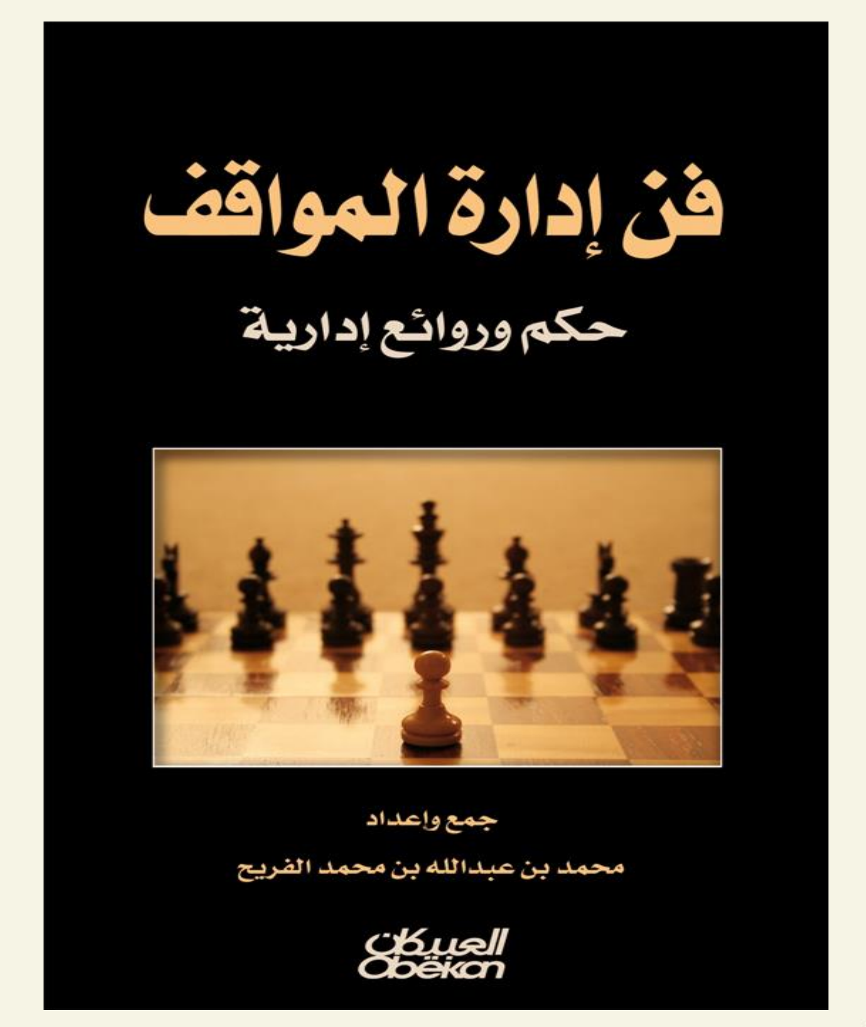




مثال: **كتاب فن إدارة المواقف.**

الرابط :

http://www.nooonbooks.com/catalogsearch/resul







التسويق عبر البريد الإلكتروني

هو طريقة تقليدية وغير مبتكرة إلا أنها كثيرًا ما تؤتي ثمارها وبسرعة شديدة وبكلفة قليلة نسبيًّا مع بعض وسائل الترويج الحديثة

الأمر الآخر الأكثر سهولة تعريف من تربطك بهم علاقة من أي نوع بمنتجك، وكتابة ما تريد عن الكتاب بحرية وإضافة بعض المقتطفات عن الكتاب أو جزء منه، إضافة إلى الغلاف مع الرسائل أمر محبب للقارئ، ويزيد من فرص بيع الكتاب والتعريف به وتمريره عبر وسائل الربط الاجتماعي الأخرى

ويمكن القيام بهذه العملية من خلالك شخصيًّا، أي بالاشتراك في بعض مواقع البريد الإلكتروني

أو من خلال شركات تقوم بهذه الخدمة نيابة عن المؤلف أو الناشر

ومن مزايا هذه الخدمة أن النظام الخاص بالرسائل يعطيك تقريرًا مفصلًا بهذه الرسائل، من حيث عدد العناوين المدرجة، وعدد البريد الراجع، وعدد من قاموا بفتح الرسالة، وعدد من قاموا بالضغط على الروابط داخل الرسالة، وهكذا





شركات التسويق عبر البريد الإلكتروني

www.forbesmiddleeast.com

www.clickjordan.net

www.icontact.com/features/email-marketing-solutions

www.gulfsender.com

www.icontact.com/affordable-email-marketing

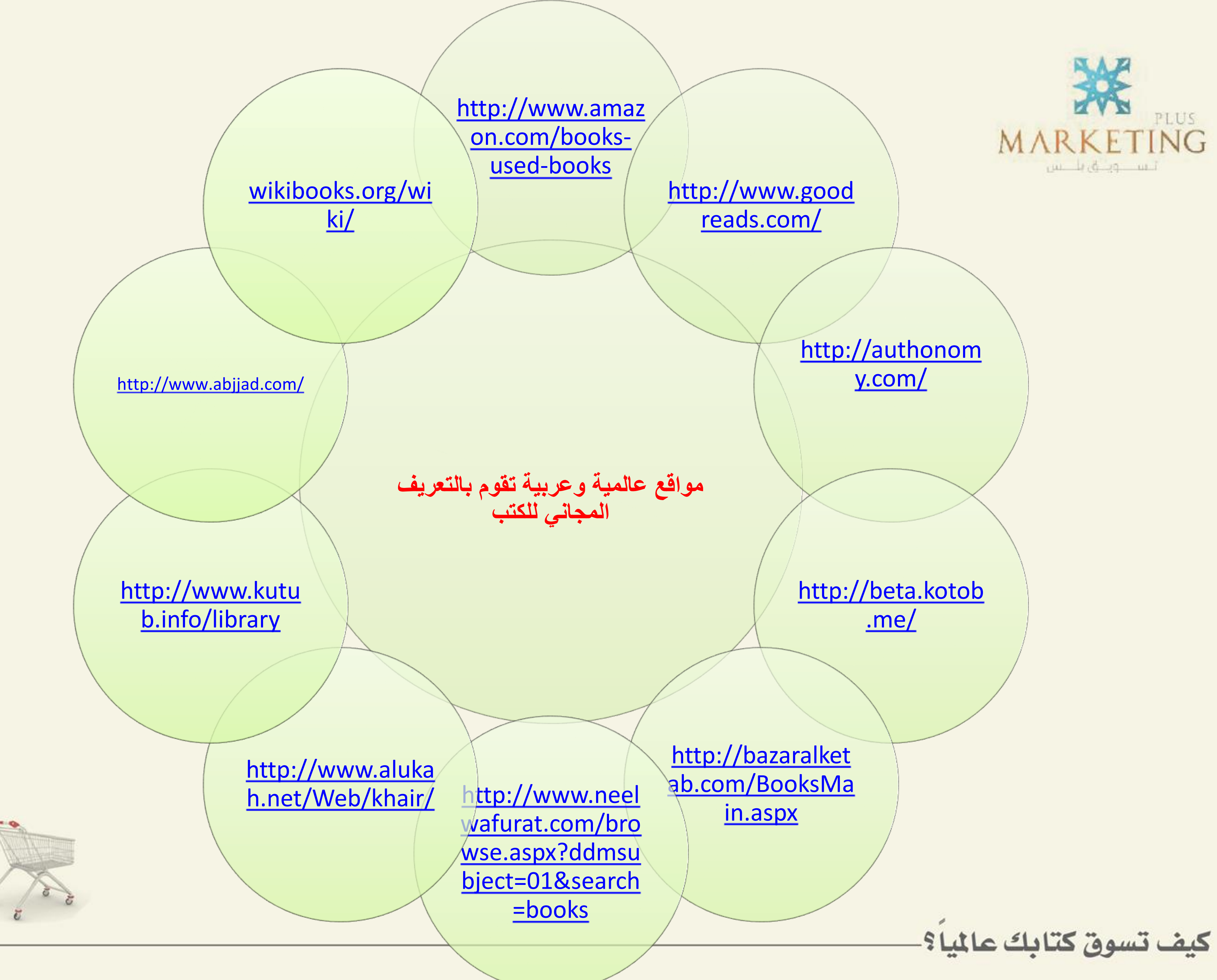


ونقصد به تحديدًا بعض المواقع العالمية والعربية المتخصصة في تسويق الكتب والتعريف بها بشكل مباشر دون تكاليف على المؤلف أو الناشر أو الموزع

التعريف بالكتاب عبر بعض المواقع المتخصصة في عروض الكتب

تسهم بشكل مباشر في ربط المؤلف بالقراء ومحبي الكتاب من خلال هذه المواقع

وتلقى هذه الطريقة رواجًا وانجذابًا غير مألوف، وتسهم بشكل مباشر في ارتفاع مبيعات الكتاب بشكل غير متحيز ومنهجي، يضع القارئ في حالة تصويب قرار الشراء من عدمه


مواقع عالمية وعربية تقوم بالتعريف المجاني للكتب
http://www.amazon.com/books-used-books
http://www.goodreads.com/
http://authonomy.com/
http://beta.kotob.me/
http://bazaralketab.com/BooksMain.aspx
http://www.neelwafurat.com/browse.aspx?ddmsubject=01&search=books
http://www.alukah.net/Web/khair/
http://www.kutub.info/library
http://www.abjjad.com/
wikibooks.org/wiki/
PLUS
MARKETING
كيف تسوق كتابك عالمياً؟



هي طريقة حديثة نسبيًّا، وتعني وضع البيانات الخاصة بالكتاب والغلاف، وكذلك جزء منه عبر أحد المواقع، ومن ثم إرسال الرابط لشبكة من القراء محددين سلفًا عبر رسائل البريد والواتس أب

الروابط التسويقية

وهذه الخدمة يجب أن يديرها المؤلف أو الناشر أو الموزع بنفسه، ولايسمح لأحد بإدارتها؛ نظرًا لخطورة إساءة الاستخدام أو الإزعاج التي قد تنعكس سلبًا على حملات التسويق





حملات

BR

وهذه الحملات غالبًا تقوم بها جهات أو أفراد متخصصون لمصلحة المؤلف أو دار النشر أو جهة ما

وتحتاج هذه الطريقة إلى تحديد الجهات المستهدفة وطرق الإعلان وكلفته قبل البدء بالحملة

وهذه الطريقة تؤتي نتائج جيدة للتعريف الأولي بالكتاب فقط،

وهذا يعتمد بشكل أساس على التحرير الجيد للمادة المراد الإعلان عنها

وكذلك اختيار الأوقات والأماكن المناسبة للإعلان

وقد تكون النتائج غير متوقعة من حيث البيع إلا أنها ممتازة من حيث التعريف بالكتاب وإعطاء معلومات تفصيلية عند صدوره





الإتاحة المجانية للكتب

إتاحة الكتاب إلكترونيًّا بشكل كامل، إما لمدة مؤقتة أو دائمة

مثالاً حيًّا للتسويق والترويج خارج النطاق المألوف

وبدأت هذه الظاهرة في الانتشار عمومًا في الولايات المتحدة من خلال كتاب جون ماكسويل في كتابة التواصل الفعال: كثيرون يتحدثون قليلون يتواصلون، حيث أدت هذه الطريقة إلى ما يأتي:

الترويج الورقي للكتاب بشكل غير متوقع

حصول المؤلف على 7000 تعليق على الكتاب

وصول 300 نصيحة للمؤلف عن الكتاب، قام بإضافتها للكتاب في نسخته الورقية والإلكترونية اللاحقة

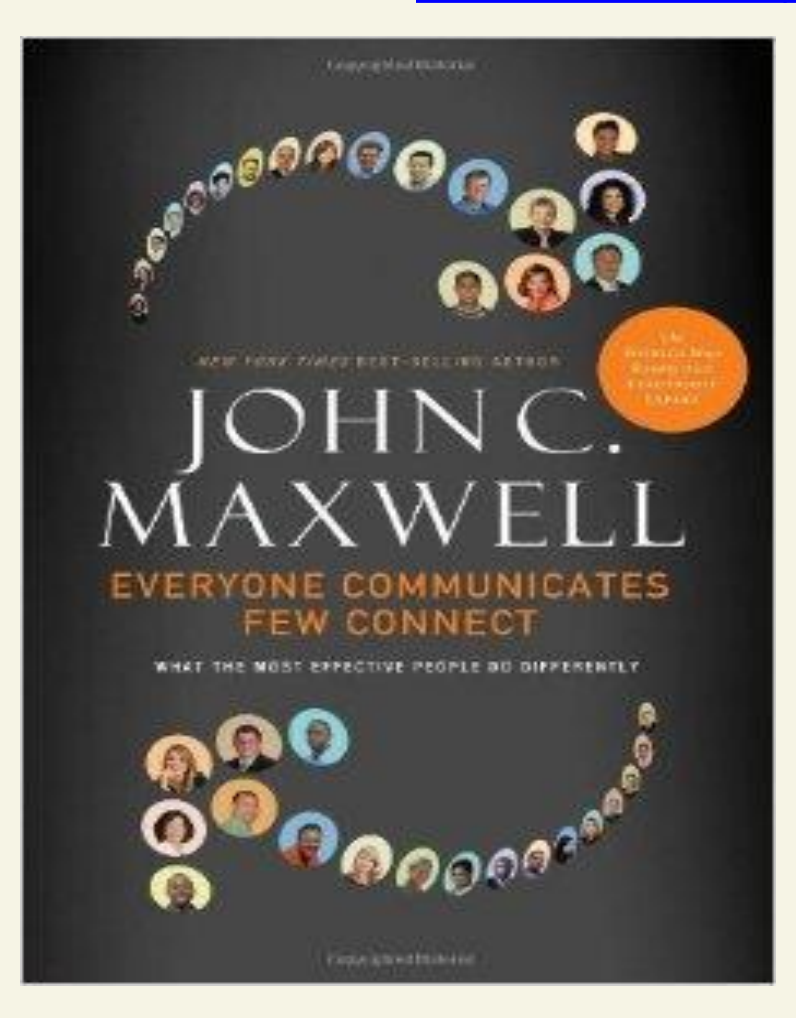
نمو العلاقة الطردية بين المؤلف وقرائه ومحبيه بشكل لافت في ظاهرة بدأت تأخذ في الاتساع في العالم الغربي بشكل متسارع



مثال: Everyone Communicates, Few Connect: What the Most Effective People Do Differently

www.amazon.com/Everyone-Communicates-Few-Connect-Differently









التوزيع المقتن على بعض القطاعات والأفراد

هذه الطريقة تنتهجها بعض دور النشر العالمية وبعض دور النشر العربية والمؤلفين

وهي عبارة عن تخصيص ما يقارب 6% من عدد النسخ المطبوعة للتوزيع على القطاعات المعنية بموضوع الكتاب

وبعض الصحف والمجلات والمواقع الإلكترونية، وكذلك على بعض الأفراد من أصحاب التخصص

وتطورت هذه الفكرة لاحقًا لتشمل بعض أصحاب الحسابات الكبيرة على شبكات التواصل الاجتماعي، كفيس بوك وتويتر ويوتيوب

وهذه الطريقة أثبتت تجربتها مدى نجاحها من خلال اعتماد بعض دور النشر العربية عليها في المعارض الدولية للكتب ما يساعد على الترويج للكتب والتعريف بها بأنماط تحاكي التغير الحاصل في المعرفة البشرية





مثال: دليل الوالدين في تربية الأطفال الموهوبين

http://www.nooonbooks.com/philosophy-and-related-detective

إصدارات موهبة العلمية ٦

دليل الوالدين في تربية

الأطفال الموهوبين

جيمس ت. ويب
جانيب ل. غور
إدوارد ر. أمنيد
آرلين ر. دي فرايز

نقله إلى العربية
د. شفيق علاونة

مؤسسة الملك عبدالعزيز ورجاله للموهبة والإبداع
King Abdulaziz & his Companions Foundation for Giftedness & Creativity
موهبة

العبيكان Obeikan





النشر المتسلسل للكتاب

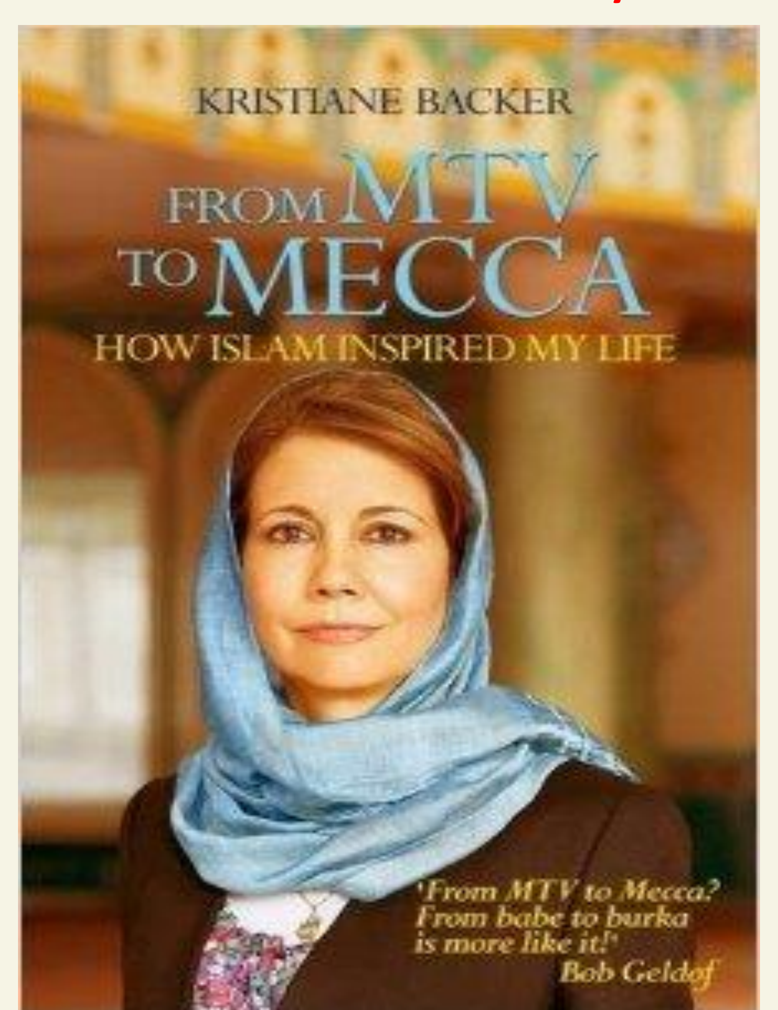
يُعدّ النشر المتسلسل للكتاب إحدى أدوات التعريف المهمة بالكتاب، وأحد الأساليب المشوقة في جذب انتباه القراء، وغالبًا ما تكون هذه الطريقة عبر الصحف والمجلات الورقية والإلكترونية

وهذه الطريقة، وإن كانت مشهورة ورائجة في العالم الغربي إلا أنها تكاد تكون معدومة في المنطقة العربية

وما يوجد هو مجرد اجتهادات لا تلقى صدى يستحق الذكر، وجدير بالذكر أنه يمكن أن يكون النشر المتسلسل للكتاب قبل نشر الكتاب أو بعده



<u>مثال</u> كتاب من إم تي في إلى مكة - المؤلفة : kristiane backer.
http://www.amazon.com/From-MTV-Mecca-Islam-Inspired/dp/1908129816/ref=sr_1_1?ie=UTF8&qid=1413568991&sr=8-1&keywords=FROM+MTV







التعريف بالكتاب قبل النشر

صورة الغلاف والنبذة التعريفية

يُعدّ نشر غلاف الكتاب ومعلومات عن قبل صدوره أمرًا مهمًّا لدى كثير من الناشرين الدوليين

من أمثال ميكروهيل وبيرسون وراندوم هاوس وبينجوين وشبرنقير

حيث ترى كثيرًا من المعلومات وصور أغلفة الكتب ونبذة تعريفية عن الكتاب في حدود 200 إلي 300 كلمة، إضافة إلى بيانات عن المؤلف، وكذلك بيانات تفصيلية عن الكتاب

يحفز على الترويج للكتاب والتسويق له، حتى على مستوى بيع الحقوق للغات أخرى

وذلك من الطبيعي أن ترى كتابًا يوجد له بيانات علي موقع أمازون مثلاً، وتفاجأ أن الكتاب سينشر في منتصف 2015





الإتاحة عبر المتاجر المشهورة للكتب (أمازون) بوصفه مثالًا

تُعدّ هذه الخدمة التي أطلقت حديثًا للكتب العربية من أهم الوسائل وأبرزها للترويج والانتشار

إذ إن متجر أمازون يُعدّ من دون منازع المرجع الرئيس لشراء الكتب في العالم

وتحرص جميع دور النشر على رفع كتبها وبيعا وتسويقها من خلاله

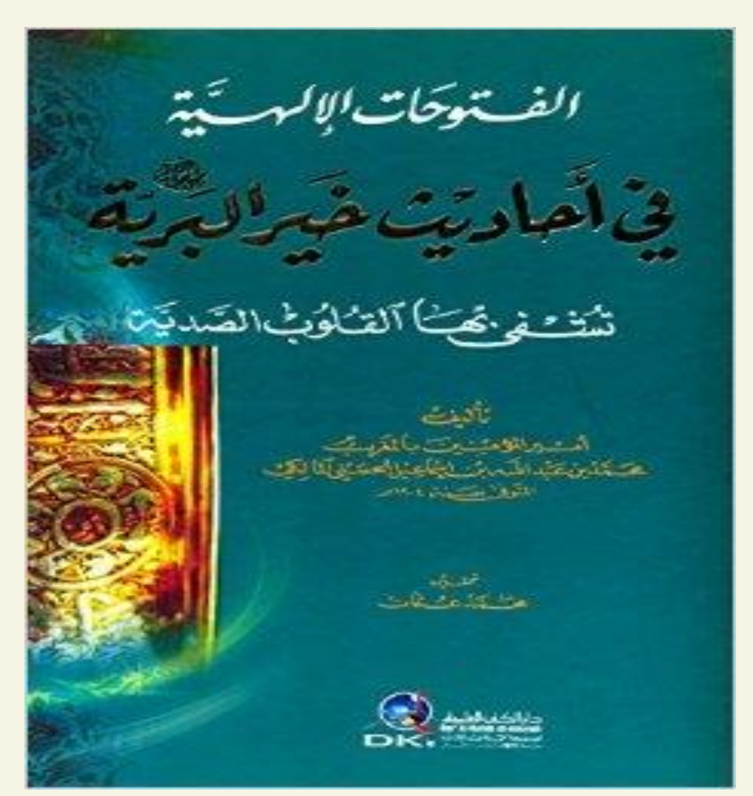
ويحتوي الموقع على ما يقارب 4.000.000 كتاب بمختلف اللغات ليس من ضمنها العربية إلا قبل شهر من الآن وبشكل لايذكر





<u>مثال</u> كتاب : الفتوحات الإلهية في أحاديث خير البرية (صلى الله عليه وسلم) تشفى بها القلوب الصدية

http://www.amazon.com/x627-x644-x641-x62A-x648/dp/2745169297







الإتاحة المجانية المؤقتة

ولا أدل على هذه النقطة من وصول رابط لي قبل شهر تقريبًا فقط لمكتبة تقوم بإتاحة الكتاب كاملًا مدة أسبوعين مجانًا

ثم تقوم برفعه من الحساب؛ ليقوم القارئ بعد ذلك بشراء الكتاب

إما بنسخته الورقية أو الإلكترونية

وبذلك تكون هذه الطريقة غير مسبوقة في عالم تسويق الكتب والمطبوعات وترويجها عمومًا

The Big Four.

http://openlibrary.org/



الإتاحة المجانية الدائمة

هذه الخدمة تطلق غالبًا من قبل المؤلفين مباشرة، وليس من قبل دور النشر

نظرًا لارتباط العملية بحقوق الملكية الخاصة بالنشر الإلكتروني والورقي

هذه العملية أثرت تأثيرًا مباشرًا في عمليات تسويق النسخة الورقية من الكتاب دون قياس

وقد تمت الإتاحة عن طريق أكثر من 20 موقعًا إلكترونيًّا





هي فكرة جديدة نسبيًّا، نظرًا لحداثة برنامج تويتر إلا أنها فعالة في وبرامج تسويق أفكار الكتاب

وكذلك معرفة آراء ومقترحات ونقاشات المشتركين قبل أخذ قرار الشراء، والأمر الآخر هو استخدام تويتر للترويج للمنتجات والخدمات بكل أشكالها وألوانها بما فيها الكتب

إنشاء حساب للكتاب عبر شبكة تويتر

وكذلك تسويق النسخ الإلكترونية والورقية من الكتاب أصبحت شبه مؤكدة

وذلك نظرًا للانتشار غير المسبوق لشبكات التواصل الاجتماعي، وكذلك سهولة البحث عنها ومراجعة المواد المطروحة بالكتاب





إنشاء حساب للكتاب عبر فيس بوك

وهذه الفكرة تشابه إلى حد ما فكرة حساب تويتر

إلا أنها أوسع وأشمل في التغطية وطرح النصوص والصور

وهذه الفكرة ممتازة جدًّا للكتب التي تشتمل على صور كثيرة، مثل كتب الطبخ والموسوعات والأطالس وغيرها

وهي مفيدة في التواصل مع تعليقات المشاركين والاستفادة منها في الإضافات القادمة للكتاب

وكثيرًا ما تتسم بالضعف وعدم الاهتمام، ويتم تبنيها ليس من المؤلف أو الناشر، وإنما من أشخاص هواة يحبون الكتاب أو المؤلف، فقاموا بإنشاء هذا الموقع لهذا الكتاب أو ذاك





إنشاء مقاطع أو حساب للكتاب عبر يوتيوب



وهذه مثل سابقتها على الفيس بوك وتويتر إلا أنها تُعدّ الأقوى في التأثير على التعريف بالكتاب والترويج له وللأفكار والأهداف الواردة فيه



ويمكن تحويل الكتاب إلى حلقات ومقاطع مرئية مجزأة تكون مشوقة وجذابة للقارئ



وينبثق من فكرة اليوتيوب هذه فكرة الترويج المحدد للكتب من خلال مقاطع قصيرة

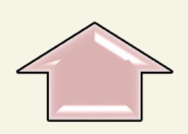


تعطي نبذة أو لمحة سريعة عن الكتاب وتغطيته الموضوعية، وكذلك بعض البيانات التفصيلية عن الكتاب أو المؤلف داخل هذه المقاطع.





رفع مقطع أو إنشاء حساب للكتاب عبر كييك



وهذه مثل السابقة إلا أن عيبها قصر مدة العرض الخاصة بالمعلومات أو الموضوعات المراد نشرها عن الكتاب

ولكنها تُعدّ جديدة وحديثة نسبيًّا

ربما تتطور مستقبلًا لنشهد استخدامًا أوسع وأعمق لهذه التقنيات وفي التسويق والترويج للكتب

MARKETING PLUS
تسويق بلس



التسويق من خلال متاجر الكتب العالمية

موقع كتب مي: تذوق طعم الكتب هذه عبارة عن شبكة اجتماعية عربية للمؤلفين والكتاب، وتتيح خدمة التواصل بين المؤلفين والقراء

http://www.klamtech.com

موقع ماي بوك : يُعدّ من المواقع التي تقوم بتوفير قراءة الكتاب بطريقتين: إما التحميل مباشرة أو القراءة من الموقع، تم وضع إشارة للحماية من الكتب المقرصنة

/http://mybook4u.com

موقع ويكي الكتب: وهو موقع عالمي ومنظمة غير ربحية تهتم بنشر مصادر المعرفة المفتوحة، ويمكن نشر الكتب أو أجزاء منها من خلال الموقع دون تكاليف، يشترطون وجود حماية وحقوق ملكية للكتب

http://ar.wikibooks.org/wiki

موقع أثونومي: التابع لدار هابر كولنز

http://authonomy.com/

موقع بارنز أند نوبل:

موقع كان أساساً لمكتبة تبيع الكتب الورقية، ثم تحوّل إلى مكتبة إلكترونية لبيع الكتب الورقية من خلال الموقع، وكذلك نشر الكتب الإلكترونية وتسويقها

www.barnesandnoble./com

موقع إن كيلينك

موقع متنوع وشائق لرفع الكتب وبيعها والتعريف بها وبالبيانات الوصفية للكتب

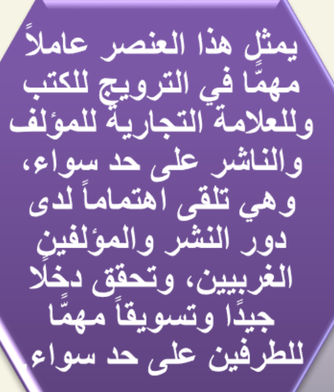
https://www.inkling.c/om

https://www.eventsforce.net/bookseller/frontend/reg/thome



MARKETING PLUS
تسويق بلس

الانتشار من خلال المشاركة بجوائز الكتب والبحوث والدراسات



جائزة خادم الحرمين الشريفين العالمية للترجمة _ السعودية

http://www.translationaward.org/ar/default.aspx

جائزة مؤسسة الكويت للتقدم العلمي _ الكويت

http://www.kfas.co/m

جائزة حمدان بن راشد آل مكتوم للأداء التعليمي _ الإمارات

http://www.ha.ae/index.php?lang=ar

جائزة الشيخ زايد بن سلطان آل نهيان - الإمارات - 9 جوائز متنوعة

http://www.zayedaward.ae/portal/ar/default.aspx

جائزة وزارة الثقافة والإعلام _ السعودية

http://www.riyadhbookfair.org.sa/Pages/MOCIPrize.aspx



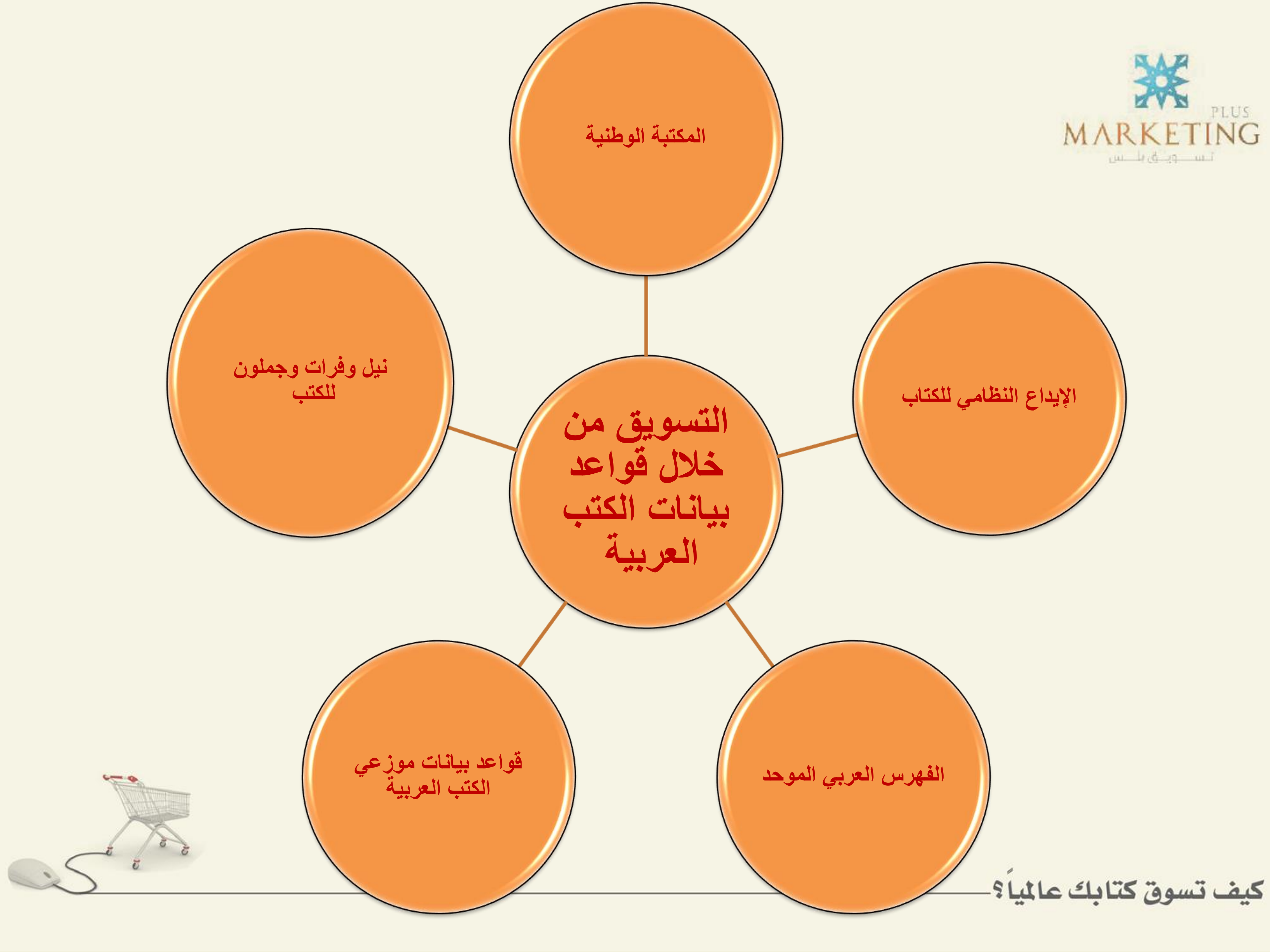


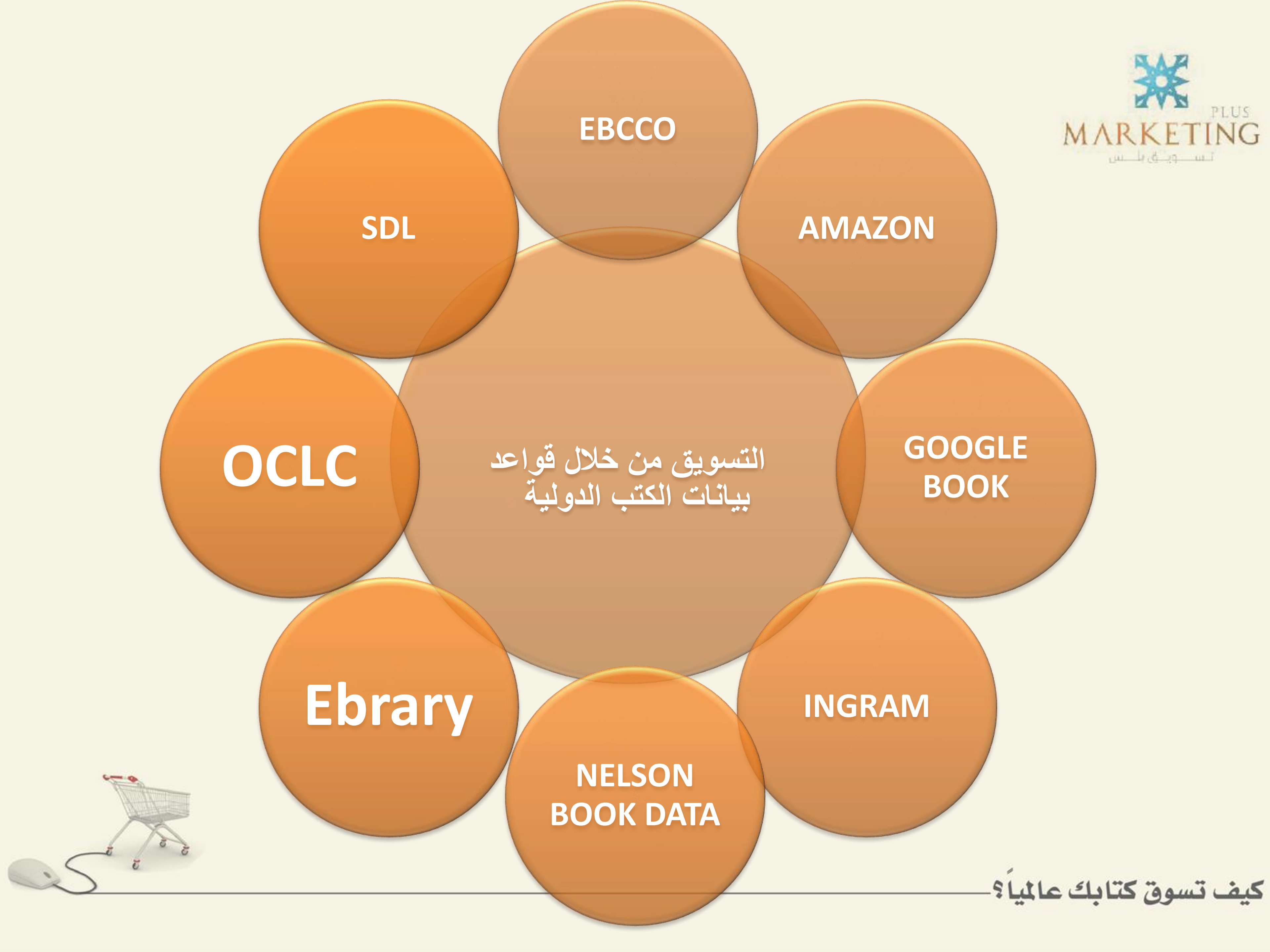
MARKETING PLUS
تسويق بلس
التسويق من خلال وكالات بيع حقوق الكتب
www.bonnierrights.fi
www.liragency.com
www.publishondemandglobal.com
www.pts.com.my
www.kaynaklicensing.com
كيف تسوق كتابك عالمياً؟

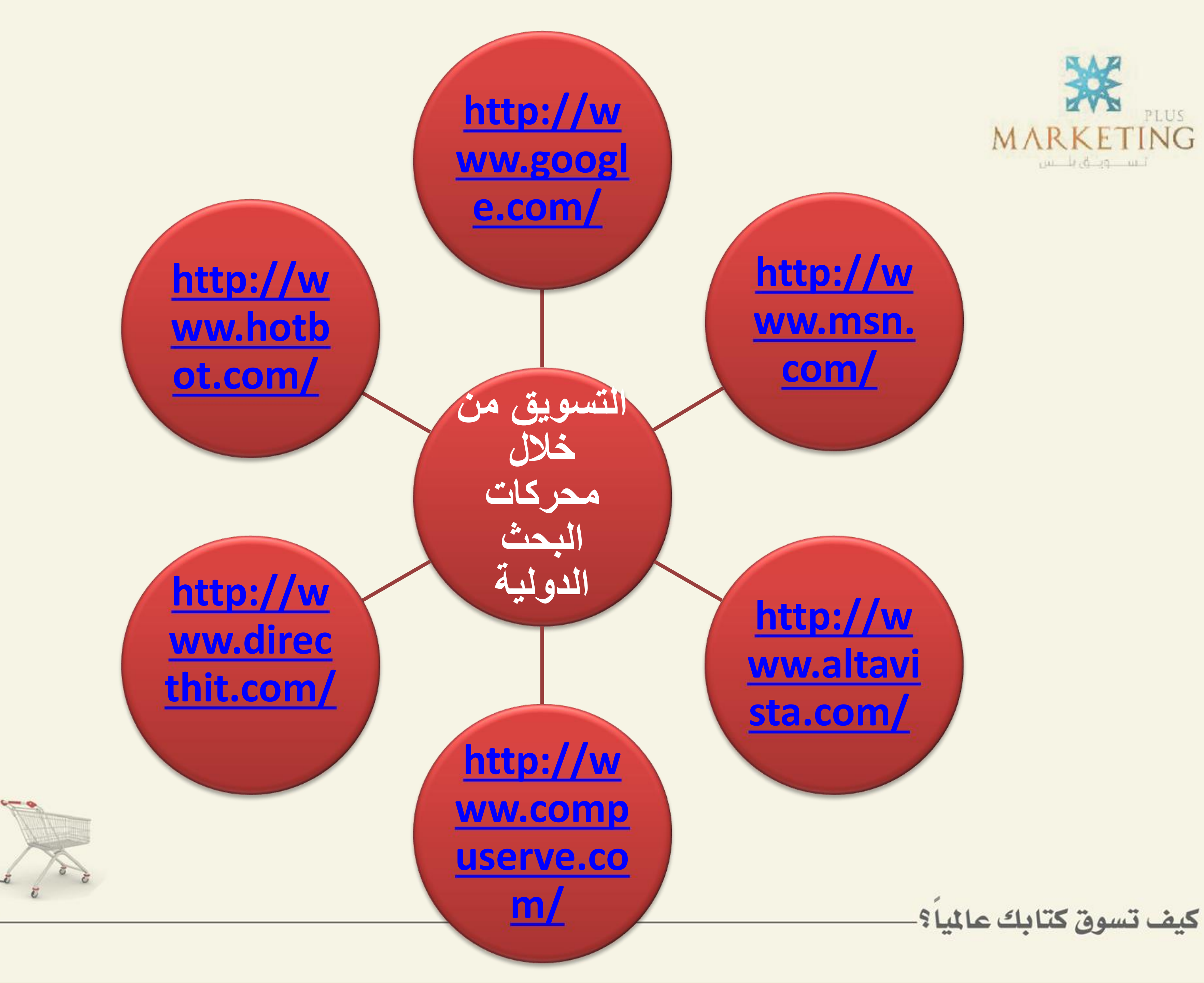


طرق عامة ومتنوعة

- الإشارات العابرة غير المباشرة عبر بعض البرامج التلفزيونية
- تغريدات متنوعة حول الكتاب
- إثارة ضجة إعلامية على الكتاب
- نشر بعض التسريبا ت عن الكتاب أو الكاتب

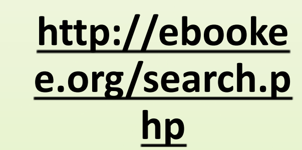

MARKETING PLUS
تسويق بلس
المكتبة الوطنية
نيل وفرات وجملون
للكتب
الإيداع النظامي للكتاب
التسويق من
خلال قواعد
بيانات الكتب
العربية
قواعد بيانات موزعي
الكتب العربية
الفهرس العربي الموحد
كيف تسوق كتابك عالمياً؟


MARKETING
PLUS
تسويق بلس
EBCCO
SDL
AMAZON
OCLC
التسويق من خلال قواعد
بيانات الكتب الدولية
GOOGLE
BOOK
Ebrary
INGRAM
NELSON
BOOK DATA
كيف تسوق كتابك عالمياً؟


MARKETING PLUS
تسويق بلس
http://www.google.com/
http://www.hotbot.com/
http://www.msn.com/
التسويق من خلال محركات البحث الدولية
http://www.directhit.com/
http://www.altavista.com/
http://www.compuserve.com/
كيف تسوق كتابك عالمياً؟



التسويق من خلال محركات البحث عن الكتب



http://ebookee.org/search.php

https://www.scribd.com/

http://vnuki.org/?f

http://bookboon.com/

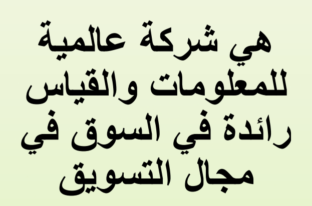
http://www.freebookspot.es/

http://www.ebookbusiness.org/





nielsenbookdata



هي شركة عالمية للمعلومات والقياس رائدة في السوق في مجال التسويق

وتزويد المستهلك بالمعلومات الخاصة بالكتب والناشرين والموزعين وشبكات المكتبات العامة والتجارية

تجمع المعلومات من 70 بلدًا حول العالم

تغطي 100 دولة حول العالم في التسويق

المملكة المتحدة وإيرلندا وأوروبا وأستراليا ونيوزيلندا وجنوب إفريقيا

أكثر من 18،600،000 عنوان، تجار التجزئة، ومواقع الإنترنت والمكتبات وخدمات متخصصة





لدى شركة نيلسن أربع ماركات رئيسة:

وكالات التسجيل SANوكالات ISBN المملكة المتحدة وإيرلنداISTC.

(2)BookData.

(3)BookScan.

(4)BookNet.

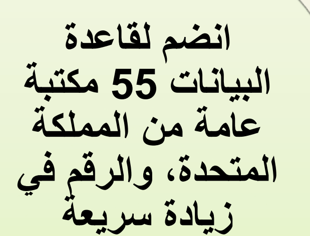
تقدم نيلسن خدمات ذات قيمة مضافة لصناعةعمليات الكتبTransation BookNet.

خدمة تحليل مبيعات التجزئة من نيلسن BookScan.





NiLSON



انضم لقاعدة
البيانات 55 مكتبة
عامة من المملكة
المتحدة، والرقم في
زيادة سريعة

منصة رائدة في
مجال خدمة الشباك
الواحد توفر البحث،
الاختيار.

تحتل مرتبة رفيعة
في ترتيب المبيعات
للمكتبات، وباعة
الكتب

حل سريع وسهل
لاستخدام الخدمات
عبر الإنترنت
بالنسبة إلى
الناشرين

خدمة تحرير نيلسن

PubWeb

لضمان

وصول البيانات إلى
العملاء في الوقت
المناسب

مساعدة الناشرين
عن طريق نشر
المعلومات عن
الكتب والمكتبات
وموزعي الكتب في
جميع أنحاء العالم

وظيفة البحث في
البيانات المخصبة،
ما يسمح لمشتري
الكتاب بالبحث عن
عناوين للعثور على
ما يريد بسرعة
وسهولة





طريق تسجيل الكتاب في نيلسون

إن كنت موزعًا تحتاج إلى رسالة من الناشر تسمح لك بالقيام بعملية التسجيل

إن كنت ناشرًا أو مؤلفاً ترسل خطاباً للشركة أو للمكتبة الوطنية أو القومية تطلب منها فتح حساب خاص بك

أفضل كتاب عربي صار له شهرة هو لا تحزن (أكثر من 10 ملايين نسخة، بأكثر من ثلاثين لغة عالمية)

النوع الأول: التسجيل المجاني تستطيع أن تسجل اسم الكتاب، وتضع له بعض المعلومات وصورة الغلاف – نسبة الخصم – اسم الموزع – تصنيف الكتاب

النوع الثاني: التسجيل المأجور، وهو الأفضل

تعريف الكتاب على محركات البحث في العالم

تعرف من أين يطلب الكتاب

نسبة الخصم بالنسبة إلى التجار وموزعي الكتب والمكتبات





NILSON

يقدم المعلومات والخدمات للعملاء وأصحاب المكتبات والموزعين في جميع أنحاء العالم

دليل إنتاج مخطط سهل لمساعدتك على فهم العملية إذا كنت جديداً على النشر

(دليل الناشر)

خدمة تسجيل مجانية

تعزيز خدمة القوائم

شرح كامل لكيفية تأمين البيانات الخاصة بك

توريد إلكتروني للبيانات والصور من خلال نظامي ONIX - PubWeb أون لاين





NILSON

بناء العناوين الجديدة
وإدخالها

تغيير تفاصيل
وبيانات الموزعين
الخاصين بك

خدمات نيلسن
BookData
المعلومات المهمة

نيلسن
BookData
على الإنترنت

نيلسن خدمة
MARC
BookData
للناشرين





عرض العناوين مجانًا

يقدم خدمة القائمة الحرة لجميع الناشرين من الكتب باللغة الإنجليزية بغض النظر عن حجمها أو مكانها أو نوعها

هذه الخدمة تتيح لك عرض المعلومات الأساسية عن كل العناوين الخاصة بك، التي يتم تجميعها، ومن ثم نشرها من خلال الخدمات التي يقدمها للعملاء في جميع أنحاء العالم في الوقت المناسب من خلال توفير معلومات دقيقة وكاملة لكتبك

تستخدم بوصفها إطارًا لمتجر المنشورات ما يسمح للمشترين بأخذ قرارات مستنيرة استنادًا إلى المعلومات المتاحة

هذه المعلومات ضرورية بالنسبة إلى مشتري الكتاب وأمناء المكتبات وموزعي الكتب والمكتبات التجارية





شروط الخدمة

لديك معرف قياسي مناسب، وصالح لتطبيقها بشكل مناسب

على سبيل المثال

ISBN ،EAN

سيتم توزيع الكتاب من خلال المكتبات والتجار في المملكة المتحدة وإيرلندا ودول رئيسة باللغة الإنجليزية، أو غيرها من الأسواق ذات الأهمية بالنسبة إلى باعة الكتب والمكتبات

الخدمة المعززة - خدمة رسم الاشتراك:

الاشتراك في خدمة نيلسن المحسنة (BookData) يضمن لك أن كتبك سوف تبرز عن بقية الكتب الأخرى

هذه السوق التنافسية السريعة لتوفر كتبك في حاجة إلى BookData لتوفر سجلات الكتب بشكل غني ومتكامل والتي تسمح على اتخاذ قرارات الشراء





فوائد عامة

سيكون لديك إمكانية الوصول إلى خدمات اسم المحرر الذي يدير معلوماتك

ضمان الدقة والاتساق والتوقيت واكتمال السجلات الخاصة بك.

إعطاء أهمية أكبر لكتبك عندما ينظر إليها من قبل المشترين في جميع أنحاء العالم

الناشرون الكبار والصغار يمكن أن يعتمدوا على نيلسن لتجميع المعلومات الخاصة بهم؛ وذلك لضمان الدقة والاتساق ويكون واثقًا من تقديم المعلومات إلى آلاف من العملاء في جميع أنحاء العالم خاصة في مجموعة متنوعة واسعة من الأشكال والاتجاهات، حتى تتمكن من الحصول على مهمة نشر الكتب وتوزيعها بشكل أفضل

اشتراك سنوي يدفع وعلى أساس (كل عنوان) أساساً للمنشورات الجديدة (بما في ذلك المنتجات الرقمية) ما يتيح لك الحصول على جميع مزايا نيلسن BookData المحسنة

فائدة إضافية تتمثل في رؤية المبيعات الخاصة بك مدة تصل إلى 3 أرقام ISBN إذا قمت بنشر 15 عنوانا أو أقل

مساعدتك على أخذ قرار تكليف الإدارة بالطبع وإدارة المخزون

تحليل بيانات متكامل وفريق يعمل بشكل وثيق مع الناشرين لتقديم المشورة بشأن أفضل الممارسات واستخدام التكنولوجيا لتوفير المعلومات إلكترونيًا

علينا أن نضمن أيضًا استيفاء المعايير في توفير المعلومات؛ الاختبار وضمان الدقة والاتساق

لدينا فريق من ذوي الخبرة هو في متناول اليد؛ لمساعدتك على توفير المعلومات الخاصة بك في شكل إلكتروني مهما كانت قدراتك الخاصة





الصيغة الإلكترونية

المتطلبات الأساسية لتوفير أي بيانات في شكل إلكتروني هي:

يجب تقديم بيانات المنتج في ملف منظم مع كل عنصر محدد بما فيه الكفاية؛ للسماح لاستيراد قاعدة بياناتنا

يتم توثيق البيانات بوضوح كامل من خلال قوائم الرموز المستخدمة

يتم توفير الملفات إلى جدول عادي، ومن ثم تتم الموافقة بعد مدة من الاختبار لاستيراد و(حمولة كاملة) مبدئية.

أن تقدم المعلومات إلكترونيًّا

ONIX:معيار

ONIX (أون لاين تبادل المعلومات) هو معيار دولي لتمثيل وإيصال المعلومات الخاصة بالكتاب أو المنتج في شكل إلكتروني. وعلى هذا النحو، فمن المفضل تلقي المعلومات الكاملة، منتجات من الناشرين

صور الغلاف:

يُعدّ الغلاف عنصاً حاسمًا لمعلومات الكتاب التي نقدمها، وأداة بيع ضرورية بالنسبة إلى المبيعات، ونحن نقبل ذلك من جميع الناشرين لإدراجها في قاعدة البيانات لدينا مجاناً. يمكنك إرسال الصور الخاصة بك لنا على، قرص مرن أو قرص مضغوط. ويمكن إرسال الصور بحجم عن طريق البريد الإلكتروني.

يرجى التأكد من البيانات الخاصة بك، وتبقينا على علم تام بالتغييرات

يرجى التأكد من البيانات الخاصة بك، وتبقينا على علم تام بالتغييرات





الفوائد ما يأتي

(الأساسية) هي مجموعة من المعايير المتقدمة في المملكة المتحدة من قبل شركات صناعة الكتاب. فإنها تضع معايير المعلومات لدينا عن المنتج التي ينبغي تزويد الناشرين بها

يقدم مبادئ توجيهية ووضع جدول زمني لتوريد هذه المعلومات إلى الشركاء التجاريين

كبار تجار التجزئة يريدون أن تكون معلومات المنتجات الجديدة لا تقل عن (20 أسبوعًا قبل النشر). وهذا يعني أنك تحتاج إلى توفير البيانات على ما لا يقل عن 6 أشهر قبل نشرها

باستخدام خدمة الإنترنت تمكنك من معرفة كيف يتم عرض العناوين لبائعي الكتب والمكتبات في جميع أنحاء العالم، وما ينشر من قبل المنافسين

ربط كثير من المستخدمين ما يعني أنك يمكن أن تجعل على شبكة الإنترنت لعدد من المستخدمين أو عبر عدد من المواقع. هذه الخدمة أمر لا بد منه، والمبيعات والتحرير والتسويق

وتستخدم جنبًا إلى جنب مع مبيعات هو أداة الأعمال الأساسية عند اتخاذ قرارات الشراء والطبع





القدرة على تحميل والسجلات UKMARC MARC21.

نيلسن BookData على الإنترنت متاح للمدارس والكليات لتخفيض السعر خصيصًا لذلك

الخصائص

- الطلب من أكثر من 63،000 مورد

ونحن نعمل عن كثب مع الموردين بنظام المكتبة الرئيسة، بحيث يمكن ربط خدماتنا بسلاسة مع النظم الداخلية الخاصة بك





الخصائص المضافة

يتم توفير البيانات وفقاً للمتطلبات الخاصة بك

نقدم سجلاتنا بطريقة موجزة: كل سجل يحمل كل المعلومات الأساسية والتسعير لكل سوق في إطار واحد ISBN فريدة من نوعها.

الغلاف.

الوصف.

جدول المحتويات

ملاحظات من المراجعين المستقلين في المملكة المتحدة والولايات المتحدة

كاتب السير الذاتية.

معلومات الكتب الأكثر قوة والشاملة والمتاحة منها.

استعراض السير الذاتية للمؤلف؛ لضمان المستخدمين والحصول على أكثر من خدمة.

مجربة ومختبرة - بتقدير كبير من قبل موظفي المكتبات المهنية، ومن العملاء

العمل مع جميع موردي المكتبات والنظم الرائدة في المملكة المتحدة وجميع أنحاء العالم

خدمة فاعالة من حيث التكلفة المتاحة

يوفر لك مصادر العناوين.

توفير مستويات عالية من الخدمة (والدعم خلال ساعات العمل العادية).

ضمان دقة في جميع الأوقات.

تحسين ممارسات العمل

الخدمة تسمح لك بالوصول إلى مجموعة من البيانات متفق عليها مسبقًا وجمع البيانات المطلوبة فقط

إمكانية وصول فريدة من نوعها لكل من البيانات البيليوجرافية المقدمة من قبل الناشرين واستخدامها من قبل تجار التجزئة، وبيانات المبيعات المباشرة من الكتاب تجار التجزئة





القيمة المضافة

يرجى ملاحظة خدماتنا في الأدوات المهنية للمكتبات والموردين والمكتبات تباع على (أساس الاشتراك). التجارب المجانية والحرة لدينا (إن وجدت) متاحة فقط للمكتبات والموردين

المورد الوحيد القادر على توريد نوعية تسجيلات مارك من قاعدة بياناتنا شامل لعناوين باللغة الإنجليزية أكثر من 18600000 من خلال تغذية البيانات مرنة

خدمة قوائم العناوين المنشورة في جميع أنحاء العالم مع أحدث الأسعار وتوافر المحتوى الوصفي بما في ذلك وصف القصير والطويل، ومستويات الجمهور، والجوائز الأدبية وجداول المحتويات

وأضاف ما يصل إلى أحدث المعلومات مع أكثر من 818،000 سجل جديد

توفر 35 مليون سعر تحدث كل عام

توفير البيانات في الوقت المناسب لا يقل عن 16 أسبوعًا قبل تاريخ نشر من أكثر من 60،000 ناشر

يمكننا تقديم جميع المعلومات التي تحتاج إليها لفهرسة الكتب الحالية والماضية وبأثر رجعي تقديم خدمة متسقة وفاعلة من حيث التكلفة

إثراء النظام الخاص بك مع ما يصل إلى OPAC: أغلفة 10،900،000 وسجلات أكثر من 18،600،000 العنوان بما في ذلك وصف وجداول المحتويات لبريطانيا والولايات المتحدة، في الطباعة، والعناوين المقبلة خارج الطباعة





النتائج الرئيسة

العناوين التي تلبي المعيار الأساسي يزيد متوسط المبيعات 98٪ أعلى من تلك التي لا تستوفي المعيار.

إضافة صورة الغلاف له تأثير قوي على مبيعات المتوسط، من 268٪ بالمقارنة مع العناوين من دون صورة الغلاف.

يمكن التأكد من أن جميع العناصر الرئيسة الأربعة الأكثر أهمية الموجودة على سجلات المبيعات المنتج يساعد متوسط ارتفاع بنسبة 55٪ بالمقارنة مع السجلات التي لا توجد بها هذه العناصر.

الفرق في متوسط المبيعات بين السجلات التي لا تفي بالمعايير الأساسية BIC، والتي ليس لديها صورة، ولا توجد البيانات الوصفية المعززة لها، وجميع البيانات الوصفية في الأربعة عناصر هي في المتوسط على مدى 2600 نسخة، وهو ما يمثل زيادة قدرها 700٪ تقريبا.

يمكن للمشتركين في الخدمة الجديدة نيلسن المحسنة (BookData) زيادة حجم المبيعات السنوية، وسوف تحقق زيادة بنسبة تصل إلى 28٪.

في كل الطرق التي قمنا بتحليل البيانات المتوافرة لدينا، فقد شهدنا علاقة ثابتة إيجابية بين مستوى البيانات الوصفية الشاملة وزيادة المبيعات بشكل لافت جدًا.

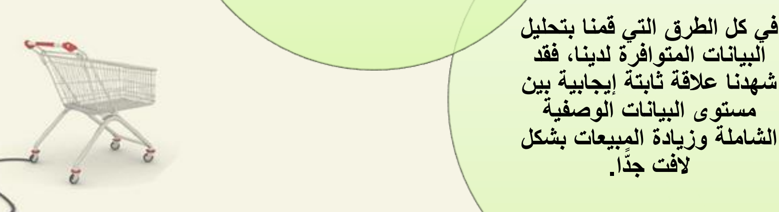
إن المستهلكين يعتمدون على البيانات الببليوجرافية لتحديد موقع المنتج المطلوب، وربما يكون مشكوكاً فيها لاستكمال الشراء على شبكة الإنترنت، إذا كان هناك معلومات كافية لتأكيد أن المنتج هو الصحيح.

وإن صناعة الكتاب تأخذ الخطوة اللاحقة في العصر الرقمي، التعريف لا يبقى فقط جزءاً أساسيًا من الصناعة، ولكن أصبح ذا أهمية متزايدة على نحو متسارع.

للحصول على قائمة كاملة من متطلبات BIC الأساسية يمكن زيارة:

http://www.bic.org.uk/17/BIC-Basic/

هذا يمثل مجموعة من السجلات 84050 لدينا بيانات أولية.





العناصر التي يمكن أن تضاف إلى سجل المنتج

هناك 11 من عناصر بيانات التعريف المطلوبة لتلبية BIC:المعايير الأساسية

يتم توفير البيانات في شكل مصممة وفقاً للمتطلبات الخاصة بك.

نقدم سجلاتنا بطريقة موجزة: كل سجل يحمل كل المعلومات الأساسية والتسعير لكل سوق في إطار واحد ISBN فريدة من نوعها.

الغلاف.

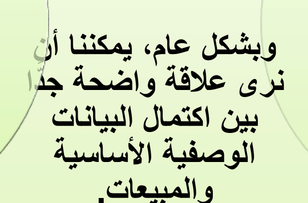
الوصف.

جدول المحتويات.

شكل ● .عنوان● ISBN.
BICموضوع ● المنتج.
اسم ● التصنيف الرئيس.
● .تاريخ النشر● المنتج.
اسم المورد ● صورة الغلاف.
حالة ● واحد على الأقل.
بما في ذلك GBP● التوافر.
ضريبة القيمة المضافة سعر
بيان الحقوق ● التجزئة.
UK.المتعلقة

مع البيانات غير المكتملة يكون متوسط المبيعات من 13،26٪ ولكن هذا ينمو بنسبة 173٪، لعناوين البيانات مع المعلومات الكاملة الأساسية والغلاف، وتلك التي لديها متوسط مبيعات 36،24. ولكن حتى نرى ذلك المتوسط بنسبة 33٪ للعناوين مع البيانات الكاملة والغلاف. مبيعات التجارة المتوسطة بواقعية في ISBN ينمو بنسبة 97٪.

العناصر الأساسية موجودة، في عناوين كتب الأطفال ارتفاع مبيعات بنسبة 52٪.



وبشكل عام، يمكننا أن نرى علاقة واضحة جدًا بين اكتمال البيانات الوصفية الأساسية والمبيعات.

هذه هي العناصر الأكثر وصفية - وصف موجز، وصف طويل، استعراض، سيرة المؤلف، جدول المحتويات.

وجود جميع العناصر الأربعة: الوصف القصير والطويل، واستعراض السيرة الذاتية للمؤلف والغلاف..

معدل المبيعات المرتفعة للسجلات مع مستويات مختلفة من البيانات الوصفية المعززة.

عناصر البيانات الوصفية تبيع في المتوسط أكثر من 1،000 نسخة أكثر من تلك التي لا تحمل أي بيانات تعريف المعزز و700 تقريباً على الأقل.





آلية البيع والترويج على أمازون

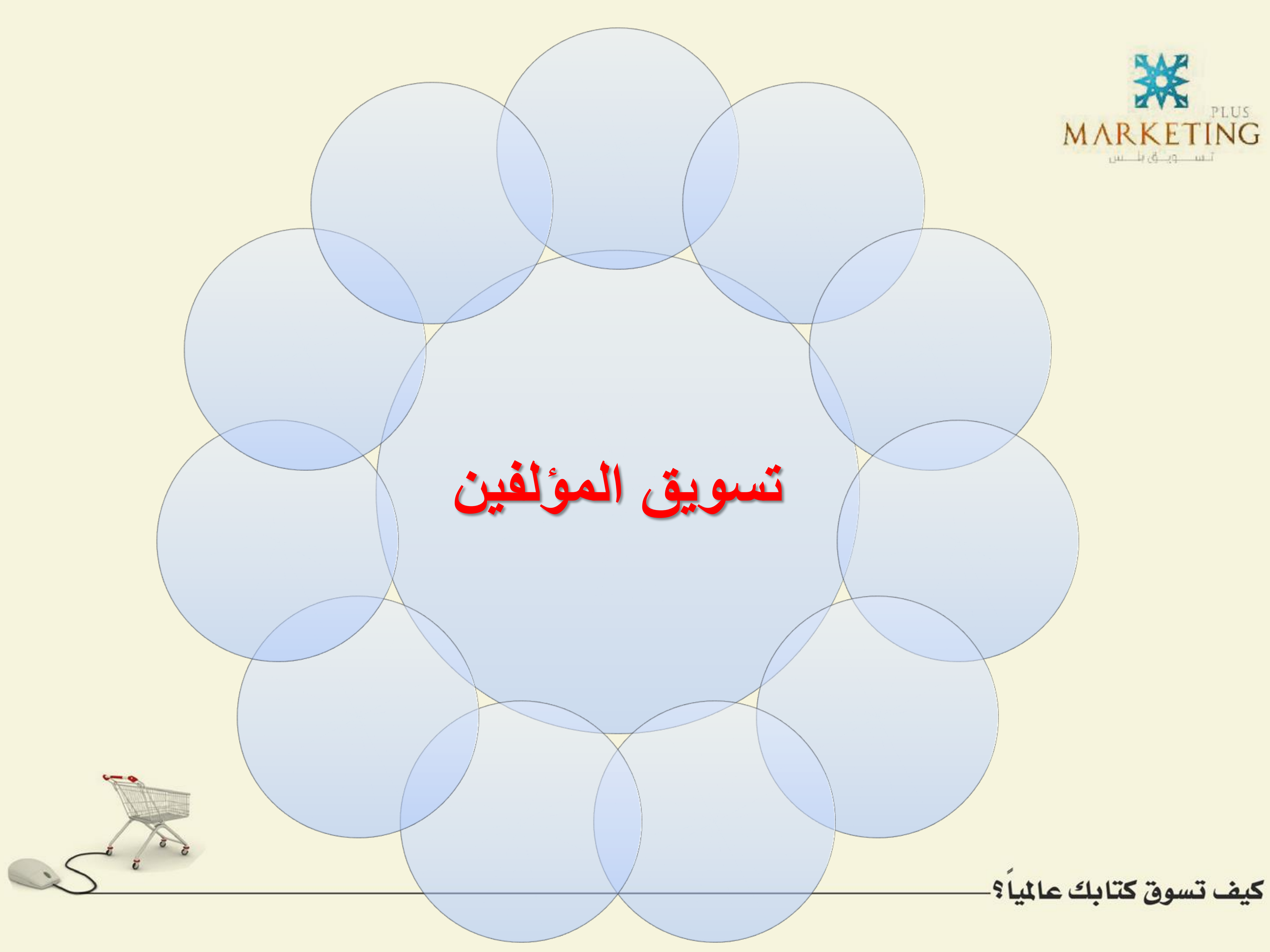
البائع بهذه الحالة هو من يقوم برفع الكتاب على أمازون أو عن طريق الوكيل، وتضع السعر الذي يناسبك مع قيمة الشحن أو من دونها، والأمازون يأخذ 20%.

أن تبيع للأمازون، وهو المسؤول عن البيع والسداد، وهذا لا يتم إلا إن ضمن الأمازون بيع الكتاب بكميات كبيرة وبخصم يصل إلى 60%.

أن تضع البضاعة عند الأمازون برسم البيع، وهو يقوم بالبيع والشحن.

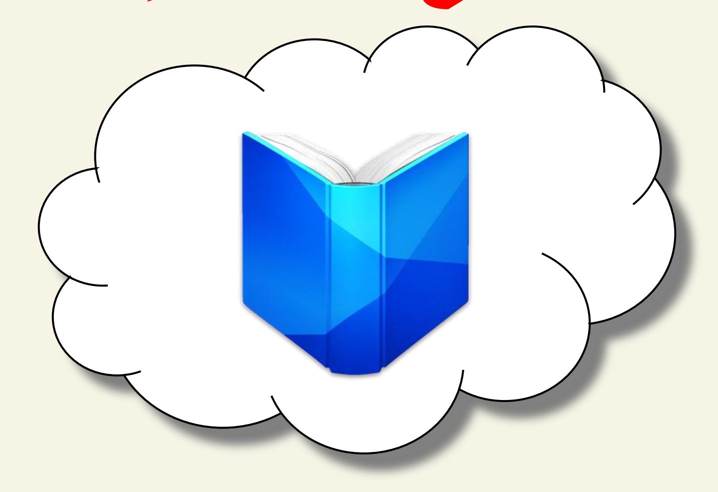
وهذه الميزة هي الأكثر فاعلية؛ لأن الزبون يطمئن على جودة البضاعة، والسرعة بالشحن والاستبدال أو الترجيع إذا أحب الزبون ذلك.




MARKETING
PLUS
تسويق بلس
تسويق المؤلفين
كيف تسوق كتابك عالمياً؟

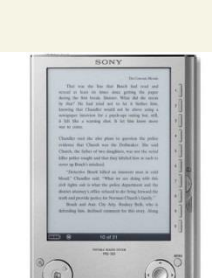


مستقبل توزيع الكتب الإلكترونية













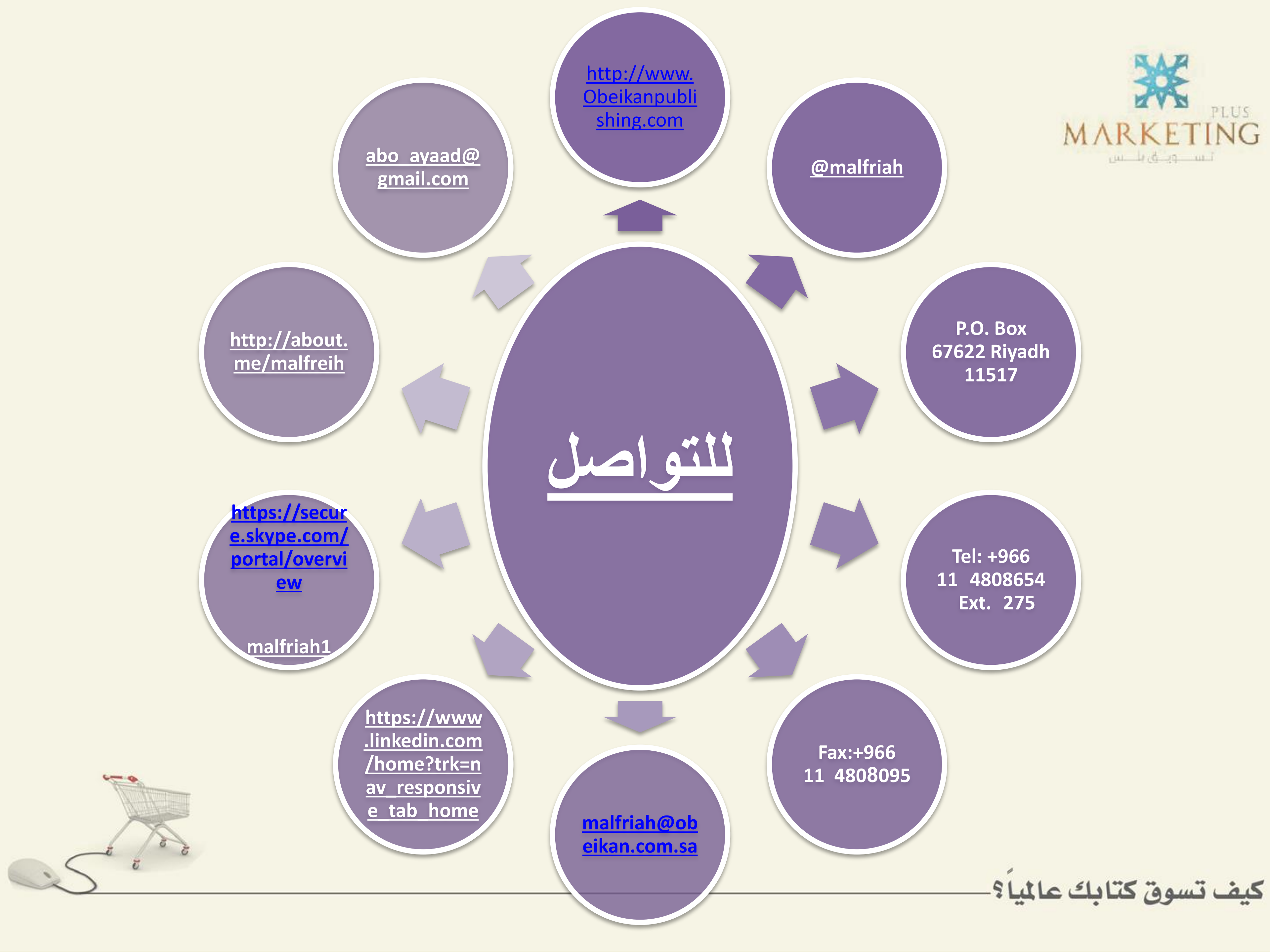






ولايفوتني في نهاية هذا العرض أن أذكر أن هذه الوسائل ليست هي الوحيدة في التسويق والترويج والتعريف بالكتاب، إذ ربما توجد طرق أخرى فاتت على معد هذا العرض، وربما بل من المؤكد أن المستقبل سيشهد تحولًا نوعيًّا في نمو وتطور تسويق الكتب والتعريف بها بشكل غير مسبوق وغير تقليدي.





MARKETING PLUS
تسويق بلس
للتواصل
http://www.Obeikanpublishing.com
@malfriah
P.O. Box 67622 Riyadh 11517
Tel: +966 11 4808654 Ext. 275
Fax:+966 11 4808095
malfriah@obeikan.com.sa
https://www.linkedin.com/home?trk=nav_responsive_tab_home
https://secure.skype.com/portal/overview
malfriah1
http://about.me/malfreih
abo_ayaad@gmail.com
كيف تسوق كتابك عالمياً؟